TA/TL/2021/1355

**TUGAS AKHIR**

# ANALISIS RESPON DAN PERILAKU MASYARAKAT INDONESIA TERHADAP *SUSTAINABLE FASHION*

**Diajukan Kepada Universitas Islam Indonesia untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Derajat Sarjana (S1) Teknik Lingkungan**


**ALIFANIA YAME ARISMA**

**17513046**


**PROGRAM STUDI TEKNIK LINGKUNGAN**

**FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN**

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**YOGYAKARTA**

**2021**

**TUGAS AKHIR**

# ANALISIS RESPON DAN PERILAKU MASYARAKAT INDONESIA TERHADAP *SUSTAINABLE FASHION*

**Diajukan Kepada Universitas Islam Indonesia untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Derajat Sarjana (S1) Teknik Lingkungan**


**ALIFANIA YAME ARISMA**

**17513046**


Disetujui,

| **Pembimbing 1** | **Pembimbing 2** |
|---|---|
| **Dr. Hijrah Purnama Putra, ST,M.Eng** | **Dr. Suphia Rahmawati, S.T.,M.T.** |
| **NIK. 095130404** | **NIK. 155131313** |
| Tanggal: 15 November 2021 | Tanggal: 14 November 2021 |

Mengetahui,

**Ketua Prodi Teknik Lingkungan FTSP UII**

**Eko Siswoyo, ST., M.Sc.ES.,Ph.D.**

**NIK. 025100406**

Tanggal: 18 November 2021

**HALAMAN PENGESAHAN**

# ANALISIS RESPON DAN PERILAKU MASYARAKAT INDONESIA TERHADAP *SUSTAINABLE FASHION*

**Telah diterima dan disahkan oleh Tim Penguji**

**Hari : Senin**

**Tangggal : 15 November 2021**

**Disusun Oleh:**

**ALIFANIA YAME ARISMA**

**17513046**

**Tim Penguji :**

**Dr. Hijrah Purnama Putra, S.T.,M.Eng.** ( )

**Dr. Suphia Rahmawati, S.T.,M.T.** ( )

**Azham Umar Abidin. SKM, MPH** ( )

# PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik apapun, baik di Universitas Islam Indonesia maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini adalah merupakan gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan Dosen Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama penulis dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Program *software* komputer yang digunakan dalam penelitian ini sepenuhnya menjadi tanggungjawab saya, bukan tanggungjawab Universitas Islam Indonesia.
5. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sangsi akademik dengan pencabutan gelar yang sudah diperoleh, serta sangsi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Yogyakarta, 15 September 2021

Yang membuat pernyataan,




**Alifania Yame Arisma**

NIM: 17513046

# PRAKATA

**Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.**

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga dapat menyelesaikan proposal tugas akhiryang berjudul "Analisis Respon dan Perilaku Masyarakat Terhadap *Sustainable Fashion*". Proposal ini disusun sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S1) Program Studi Teknik Lingkungan Universitas Islam Indonesia.

Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan proposal tugas akhir ini :

1. Kedua orang tua, Ayah tercinta Dadang Mukharom dan Ibu tersayang Murwani Dewi Handayani yang selalu memberikan doa dan dukungan selama pengerjaan laporan tugas akhir.
2. Kedua adik adikku tersayang yang memberikan doa, dukungan, dan semangat selama pengerjaan laporan tugas akhir.
3. Bapak Eko Siswoyo, S.T., M.Sc., Ph.D. selaku ketua Program Studi Teknik Lingkungan Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan Universitas Islam Indonesia.
4. Bapak Dr. Eng. Awaluddin Nurmiyanto, S.T., M.T. selaku koordinator Tugas Akhir Program Studi Teknik Lingkungan Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan Universitas Islam Indonesia.
5. Bapak Dr. Hijrah Purnama Putra, S.T.,M.Eng. selaku dosen pembimbing I , Ibu Dr. Suphia Rahmawati, S.T.,M.T. selaku dosen pembimbing II, serta Bapak Azham Umar Abidin. SKM. MPH. yang telah membimbing dan mendidik selama ini.
6. Teman teman dari acara webinar *Fast Fashion* yang sudah banyak membantu dan berdiskusi bersama dalam menyelesaikan tugas akhir.

7. Teman satu tim tugas akhir, Veny, Aulia, dan Ridhoka serta sahabat- sahabat yang selalu membantu dan memberikan semangat dalam pengerjaan tugas akhir ini.
8. Semua pihak yang telah bersedia membantu penulis dalam penyelesaian proposal tugas akhir ini.

Penulis menyadari laporan tugas akhir ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembacasebagai bentuk koreksi penulis guna memperbaiki laporan tugas akhir ini. Semogalaporan tugas akhir ini bermanfaat bagi pembaca dan semua pihak.

**Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.**

Yogyakarta, 15 September 2021

*Alifania Yame Arisma*

*"Halaman ini sengaja dikosongkan"*

## ABSTRAK

ALIFANIA YAME ARISMA. Analisis Respon dan Perilaku Masyarakat Indonesia Terhadap *Sustainable Fashion*. Dibimbing oleh Dr. Hijrah PURNAMA PUTRA, ST,M.Eng dan Dr. SUPHIA RAHMAWATI, S.T.,M.T.

*Sustainable Fashion* merupakan kegiatan berkelanjutan dalam mengelola pakaian yang manusia gunakan, baik berkelanjutan bagi makhluk hidup ataupun bagi lingkungan. *Sustainable Fashion* juga sudah banyak diterapkan oleh banyak pedagang dalam mengelola bisnisnya, kegiatan *Sustainable Fashion* dapat berupa berbagai macam, seperti memproduksi pakaian menggunakan bahan yang ramah lingkungan, mengelola sampah pakaian dengan mambawa ke perusahanan swasta yang mengurus limbah tekstil, ataupun melakukan daur ulang pakaian sendiri dengan memanfaatkan sampah pakaian yang ada. Penelitian ini merupakan penelitian dengan pendekatan Kuantitatif. Berdasarkan penelitian didapatkan kesimpulan bahwa masyarakat yang gemar berbelanja memiliki respon 18% kurang baik, 71% baik, dan 11% sangat baik. Persentase tersebut merupakan hasil respon masyarakat terhadap *Sustainable Fashion*. Sedangkan dalam perilakunya, didapatkan kesimpulan bahwa masyarakat yang gemar berbelanja memiliki perilaku 40% kurang baik, 51% baik, dan 9% sangat baik. Persentase tersebut merupakan hasil perilaku masyarakat terhadap *Sustainable Fashion*.



**Kata Kunci :** Respon, Perilaku, *Sustainable Fashion*, Kuantitatif

## ABSTRACT

ALIFANIA YAME ARISMA. *Analysis of Indonesian Society's Response and Behavior towards Sustainable Fashion. Supervised by* Dr. Hijrah PURNAMA PUTRA, ST,M.Eng *and* Dr. SUPHIA RAHMAWATI, S.T.,M.T.

*Sustainable Fashion is a sustainable activity in managing the clothes we use, both sustainable for living things and for our environment. Sustainable Fashion has also been widely applied by many traders in managing their business, Sustainable Fashion activities can be of various kinds, such as producing clothing using environmentally friendly materials, managing clothing waste by bringing it to a private company that takes care of textile waste, or recycling your own clothing using take advantage of existing waste. This research is a quantitative approach. Based on the research, it can be concluded that people who like to shop have a response of 18% less good, 71% good, and 11% very good. The percentage is the result of the community's response to Sustainable Fashion. Meanwhile, in their behavior, it was concluded that people who like to shop had 40% poor behavior, 51% good, and 9% very good behavior. This percentage is the result of people's behavior towards Sustainable Fashion.*



*Keywords: Response, Behavior, Sustainable Fashion, Quantitative*

*"Halaman ini sengaja dikosongkan"*

# DAFTAR ISI

DAFTAR ISI ..... vi
DAFTAR TABEL ..... ix
DAFTAR GAMBAR ..... x
DAFTAR LAMPIRAN ..... xii
BAB I PENDAHULUAN ..... 16
1.1 Latar Belakang ..... 16
1.2 Perumusan Masalah ..... 17
1.3 Tujuan Penelitian ..... 17
1.4 Manfaat Penelitian ..... 18
1.5 Ruang Lingkup ..... 19
BAB II TINJAUAN PUSTAKA ..... 20
2.1 Penelitian Terdahulu ..... **Error! Bookmark not defined.**
2.2 *Fast Fashion* ..... **Error! Bookmark not defined.**
2.3 Industri Tekstil ..... 21
2.4 Sampah Tekstil ..... 22
2.5 *Sustainable Fashion* ..... 23
2.6 Respon Masyarakat ..... 23
2.7 Perilaku Masyarakat ..... 24
BAB III METODE PENELITIAN ..... 28
3.1 Waktu dan Lokasi Penelitian ..... 28
3.2 Alat dan Bahan ..... 29
3.3 Prosedur Penelitian ..... **Error! Bookmark not defined.**
3.4 Prosedur Analisis Data ..... 30
3.4.1. Pengambilan Data ..... 30
3.4.2. Pengolahan Data ..... 36
3.4.3. Analisis Deskriptif ..... 37
3.4.4. Analisis Asosiatif ..... 39
3.4.5. Analisis Komparatif ..... 41

3.4.6. Uji Validitas dan Reabilitas ..... 42
3.4.7. Uji Normalitas Data ..... 44
3.4.8. Uji Hipotesis ..... 44
3.4.9. Pembahasan dan Penarikan Kesimpulan ..... 47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN ..... 49
4.1. Gambaran Umum Penelitian .....**Error! Bookmark not defined.**
4.2 Identitas Responden ..... 49
4.3. Hasil dan Pembahasan ..... 52
4.3.1. Uji Normalitas .....**Error! Bookmark not defined.**
4.3.2. Analisis Deskriptif ..... 52
4.3.3. Analisis Asosiatif/Korelasi ..... 88
4.3.4. Analisis Komparasi ..... 102
4.3.5. *Sustainable Fashion* Yang ada di Indonesia ..... 111
BAB V SIMPULAN DAN SARAN ..... 118
5.1 Simpulan ..... 118
5.2 Saran ..... 119
DAFTAR PUSTAKA ..... 122
LAMPIRAN ..... 128
RIWAYAT HIDUP ..... 166

*"Halaman ini sengaja dikosongkan"*

# DAFTAR TABEL

Tabel 1 Jenis Data Pada Kuesioner ..... 29
Tabel 2 Pertanyaan Kuesioner ..... 34
Tabel 3 Menentukan Tingkatan Responden ..... 39
Tabel 4 Tingkat hubungan ..... 40
Tabel 5 Pembagian Tema Besar Tiap Variabel ..... 52
Tabel 6 Statistic deskriptif variabel respon ..... 64
Tabel 7 Tingkatan Respon ..... 64
Tabel 8 Statistic deskriptif variabel perilaku ..... 73
Tabel 9 Tingkatan Perilaku ..... 73
Tabel 10 Statistic deskriptif variabel *Sustainable Fashion* di Indonesia ..... 86
Tabel 11 Tingkatan *Sustainable Fashion* di Indonesia ..... 87
Tabel 12 Hasil Uji Normalitas ..... 88
Tabel 13 Korelasi antar pengetahuan *SUSTAINABLE FASHION* dan pengolahan sampah tekstil ..... 90
Tabel 14 Korelasi pengetahuan sampah tekstil dengan pengolahan sampah 3R ..... 92
Tabel 15 Korelasi pengetahuan *Fast Fashion* dan Sampah Tekstil dengan kegiatan *SUSTAINABLE FASHION* ..... 94
Tabel 16 Korelasi antara pengetahuan *SUSTAINABLE FASHION* dengan seberapa banyak masyarakat belanja dalam sebulan ..... 96
Tabel 17 Korelasi pengetahuan *SUSTAINABLE FASHION* dengan seberapa banyak masyarakat melakukan kegiatan *SUSTAINABLE FASHION* ..... 98
Tabel 18 Korelasi pengetahuan Sampah Tekstil dengan Banyaknya belanja dalam sebulan ..... 100
Tabel 19 Anova Pekerjaan dengan Seberapa sering Berbelanja ..... 103
Tabel 20 T-test komparatif gender dengan kegiatan *SUSTAINABLE FASHION* ..... 105
Tabel 21 T-test komparatif gender dengan toko yang menerapkan kegiatan *SUSTAINABLE FASHION* ..... 106
Tabel 22 Anova umur dengan belanja dalam sebulan ..... 108
Tabel 23 Anova komparatif umur dengan *Sustainable Fashion* ..... 109
Tabel 24 Anova komparatif umur dengan dimana menemukan toko/gerai yang menerapkan *Sustainable Fashion* ..... 110

*"Halaman ini sengaja dikosongkan"*

# DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Diagram Alir Penelitian ..... 28
Gambar 2 Skema Penelitian ..... 36
Gambar 3 Rumus menghitung mean ..... 38
Gambar 4 Rumus menghitung standar deviasi ..... 38
Gambar 5 Rumus T-Test Komparatif 2 Sampel ..... 46
Gambar 6 Rumus T-test Separated Varians ..... 46
Gambar 7 Rumus T-test Polled Varians ..... 47
Gambar 8 Diagram Asal Wilayah Responden ..... 49
Gambar 9 Diagram Jenis Kelamin Responden ..... 50
Gambar 10 Diagram Usia Responden ..... 51
Gambar 11 Diagram Jenis Pekerjaan Responden ..... 51
Gambar 12 Diagram Dampak Negatif Sampah Tekstil ..... 53
Gambar 13 Diagram Pengertian Sampah Tekstil ..... 54
Gambar 14 Diagram Penanganan Sampah 3R ..... 55
Gambar 15 Diagram Penanganan Sampah Tekstil di Indonesia ..... 57
Gambar 16 Diagram Hasil Daur Ulang Sampah Tekstil yang Ditemukan ..... 59
Gambar 17 Diagram Pengertian Fast Fashion ..... 60
Gambar 18 Diagram Dampak Fast Fashion ..... 61
Gambar 19 Tingkatan Kategori Variabel Respon ..... 65
Gambar 20 Diagram Banyaknya Belanja Pakaian Dalam Sebulan ..... 66
Gambar 21 Diagram Bahan Tekstil yang Tidak Ramah Lingkungan/Berbahaya ..... 68
Gambar 22 Diagram Pertimbangan Perlunya Dilakukan *Sustainable Fashion* ..... 70
Gambar 23 Tingkatan Kategori Variabel Perilaku ..... 74
Gambar 24 Diagram Pengertian *Sustainable Fashion* ..... 75
Gambar 25 Diagram Kegiatan *Sustainable Fashion* yang Ditemukan Ditoko/Gerai ..... 76
Gambar 26 Diagram Dampak *Sustainable Fashion* ..... 77
Gambar 27 Diagram Kegiatan *Sustainable Fashion* yang Pernah Dilakukan ..... 78
Gambar 28 Diagram Alasan Toko Menerapkan *Sustainable Fashion* ..... 81
Gambar 29 Diagram Upaya yang Dilakukan Untuk *Sustainable Fashion* ..... 82
Gambar 30 Diagram Kendala Penerapan *Sustainable Fashion* ..... 83
Gambar 31 Diagram Toko/Gerai yang Menerapkan *Sustainable Fashion* ..... 85
Gambar 32 Tingkatan Kategori Variabel *Sustainable Fashion* ..... 87
Gambar 33 Brand Local *Sustainable Fashion* ..... 113
Gambar 34 Gerakan Tukar Baju ..... 116

*"Halaman ini sengaja dikosongkan"*

# DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Tabel Deskriptif Variabel Respon (Dampak Negatif Sampah Tekstil) ..... 128

Lampiran 2 Tabel Deskriptif Variabel Respon (Pengertian Sampah Tekstil) .... 162

Lampiran 3 Tabel Deskriptif Variabel Respon (Penanganan Sampah 3R)..... 163

Lampiran 4 Tabel Deskriptif Variabel Respon (Penanganan Sampah Tekstil di Indonesia)..... 163

..... 163

Lampiran 5 Tabel Deskriptif Variabel Respon (Hasil Daur Ulang Sampah Tekstil yang ditemukan)..... 164

Lampiran 6 Tabel Deskriptif Variabel Respon (Pengertian Fast Fashion)..... 152

Lampiran 7 Tabel Deskriptif Variabel Respon (Dampak Fast Fashion)..... 128

Lampiran 8 Tabel Deskriptif Perilaku Tiap Variabel (Respon)..... 132

Lampiran 9 Tabel Deskriptif Variabel Perilaku (Banyaknya Belanja dalam Sebulan)..... 129

Lampiran 10 Tabel Deskriptif Variabel Perilaku (Bahan Tekstil Berbahaya).... 130

Lampiran 11 Tabel Deskriptif Variabel Perilaku (Pertimbangan Dilakukan Sustainable Fashion) ..... 130

Lampiran 12 Tabel Deskriptif Perilaku Tiap Variabel (Perilaku) ..... 131

Lampiran 13 Tabel Deskriptif Variabel Sustainable Fashion (Pengertian Sustainable Fashion) ..... 134

Lampiran 14 Tabel Deskriptif Variabel Sustainable Fashion (Kegiatan Sustainable Fashion Pada Toko/Gerai)..... 137

Lampiran 15 Tabel Deskriptif Variabel Sustainable Fashion (Dampak dari Kegiatan Sustainable Fashion)..... 137

Lampiran 16 Tabel Deskriptif Variabel Sustainable Fashion (Kegiatan Sustainable Fashion yang Pernah Dilakukan) ..... 138

Lampiran 17 Tabel Deskriptif Variabel Sustainable Fashion (Alasan Toko/Gerai Menerapkan Sustainable Fashion) ..... 140

Lampiran 18 Tabel Deskriptif Variabel Sustainable Fashion (Upaya yang dilakukan Untuk Kegiatan Sustainable Fashion) ..... 141

Lampiran 19 Tabel Deskriptif Variabel Sustainable Fashion (Kendala Penerapan Sustainable Fashion) ..... 142

Lampiran 20 Tabel Deskriptif Variabel Sustainable Fashion (Store ditemukan kegiatan Sustainable Fashion)..... 143
Lampiran 21 Tabel Deskriptif Perilaku Tiap Variabel (Sustainable Fashion).... 144
Lampiran 22 Tabel SPSS Hasil Statistik Uji Normalitas..... 146
Lampiran 23 Tabel SPSS Hasil Korelasi antar pengetahuan Sustainable Fashion dan pengolahan sampah tekstil ..... 148
Lampiran 24 Tabel SPSS Hasil Korelasi pengetahuan sampah tekstil dengan pengolahan sampah 3R ..... 149
Lampiran 25 Tabel SPSS Hasil Korelasi pengetahuan Fast Fashion dan Sampah Tekstil dengan kegiatan Sustainable Fashion ..... 135
Lampiran 26 Tabel SPSS Hasil Korelasi antara pengetahuan Sustainable Fashion dengan seberapa banyak masyarakat belanja dalam sebulan..... 139
Lampiran 27 Tabel SPSS Hasil Korelasi pengetahuan Sustainable Fashion dengan seberapa banyak masyarakat melakukan kegiatan Sustainable Fashion..... 151
Lampiran 28 Tabel SPSS Hasil Korelasi pengetahuan Sampah Tekstil dengan Banyaknya belanja dalam sebulan ..... 152
Lampiran 29 Tabel SPSS Hasil Komparatif Anova Pekerjaan dengan Seberapa sering Berbelanja..... 153
Lampiran 30 Tabel SPSS Hasil Komparatif T-test gender dengan kegiatan Sustainable Fashion..... 153
Lampiran 31 Tabel SPSS Hasil Komparatif T-test gender dengan toko yang menerapkan kegiatan Sustainable Fashion..... 154
Lampiran 32 Tabel SPSS Hasil Komparatif Anova umur dengan belanja dalam sebulan..... 154
Lampiran 33 Tabel SPSS Hasil Komparatif Anova umur dengan kegiatan Sustainable Fashion..... 155
Lampiran 34 Tabel SPSS Hasil Komparatif Anova umur dengan dimana menemukan toko/gerai yang menerapkan Sustainable Fashion..... 155
Lampiran 35 Pable Indonesia sebagai Start Up yang Mengelola Sampah Tekstil ..... 156
Lampiran 36 Local Brand “Cinta Bumi Artisans”..... 156
Lampiran 37 Local Brand “Sejauh Mata Memandang”..... 158
Lampiran 38 Local Brand “Kanagoods”..... 159
Lampiran 39 Kuesioner..... 160

*"Halaman ini sengaja dikosongkan"*

# BAB I

# PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Manusia merupakan makhluk hidup yang membutuhkan banyak kebutuhan, seperti kebutuhan sandang atau pakaian, pakaian diperlukan oleh manusia untuk melindungi diri. Pakaian sendiri pastinya berhubungan dengan Fashion seseorang. Fashion merupakan bagian penting dari beberapa individu untuk kehidupannya sehari-hari yang mana digunakan setiap saat untuk mengekspresikan individualitas (Alpen, 2017). Industri fashion merupakan industri yang besar bahkan dengan pendapatan pakaian dan alas kaki mencapai €1.5 triliun pada tahun 2016 dan mempekerjakan 60 juta orang disepanjang rantai penjualannya (Alpen, 2017). Penggunaan konsumsi pakaian juga selalu meningkat, seperti jumlah total konsumsi pakaian yang diproyeksi meningkat dari 62 juta ton di tahun 2015 menjadi 102 juta ton pada tahun 2030 (Loetscher, 2017). Maka dengan adanya perkiraan pertumbuhan yang cepat mengindikasikan bahwa limbah fashion pun dengan cepat nantinya akan bertambah.

Produk fashion sendiri saat ini berkembang sangat cepat didukung dengan adanya *Fast Fashion*. *Fast Fashion* hadir dengan cara konsumen membeli pakaian dalam harga murah yang sejalan dengan permintaan pasar (Change, 2018). Namun produk *Fast Fashion* juga memberi dampak buruk seperti, menggunakan jumlah air yang cukup besar dan menimbulkan 1,7 milyar ton karbon dioksida dan berkontribusi pada 2,1 juta ton limbah pada tempat pembuangan akhir setiap tahunnya (Hendrik dkk, 2017), cenderung menggunakan bahan kimia dalam proses produksi yang akan menjadi salah satu kontribusi plastic mikro terbesar di lautan (O'connor, 2014), hingga dapat mengakibatkan kelebihan produksi dan nantinya berakibat pada pembakaran stok pakaian tidak terjual (Thomas, 2019).

Dan dengan adanya *Fast Fashion* maka menimbulkan masyarakat memiliki banyak pakaian baru dan akan menyebabkan meningkatnya sampah pakaian dari pakaian sebelumnya. Dengan munculnya dampak negatif terhadap

lingkungan yang disebabkan oleh sampah pakaian tersebut, maka masyarakat dapat melakukan upaya pencegahan seperti melakukan *Sustainable Fashion*. *Sustainable Fashion* dapat diterapkan dengan menciptakan sebuah inovasi yang ramah lingkungan. Kesadaran untuk menjaga lingkungan dapat masyarakat lakukan dari kebiasaan kebiasaan kecil seperti mengganti produk yang masyarakat gunakan dengan produk berbahan ramah lingkungan. Saat ini juga banyak konsumen global sudah memulai untuk bersedia membeli produk yang ramah lingkungan walau dengan mengeluarkan biaya yang lebih besar (Nielsen, 2014).

Di Indonesia sendiri sudah banyak upaya para pengusaha di bidang Fashion yang telah menerapkan *Sustainable Fashion*, beberapa *local brand* juga telah menggunakan beragam bahan produksi yang ramah lingkungan. Dari pengamatan yang didapat, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui fakta terkait respon dan perilaku masyarakat terhadap *Sustainable Fashion*, serta dengan adanya penelitian ini diharap dapat memberikan informasi baru bagi masyrakat agar dapat memperhatikan banyak hal yang berkaitan dengan lingkungan hidup manusia.

## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka dapat ditarik rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana respon / tanggapan masyarakat terhadap *Sustainable Fashion?*
2. Bagaimana upaya/sikap yang telah dilakukan masyarakat dalam melakukan *Sustainable Fashion*?
3. Apakah ada hubungan antara respon dan perilaku masyarakat terhadap *Sustainable Fashion* di Indonesia?
4. Apakah ada perbedaan antara respon dan perilaku masyarakat terhadap *Sustainable Fashion* di Indonesia?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Dengan terciptanya rumusan masalah yang ada, maka penelitian ini memiliki tujuan untuk mendapat gambaran analisis yang jelas sebagai berikut :

1. Menganalisis respon dari masyarakat terhadap *Sustainable Fashion*
2. Menganalisis upaya/sikap yang telah dilakukan masyarakat untuk berperan mendukung *Sustainable Fashion*
3. Menganalisis hubungan antara respon dan perilaku masyarakat terhadap *Sustainable Fashion*
4. Menganalisis adanya perbedaan antara respon dan perilaku masyarakat terhadap *Sustainable Fashion*

## 1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat bagi Perguruan Tinggi

   Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi pembelajaran mengenai respon dan perilaku masyarakat terhadap *Sustainable Fashion*.
2. Manfaat bagi Mahasiswa

   Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan wawasan dan pengetahuan mahasiswa dalam menganalisis respon dan perilaku masyarakat terhadap *Sustainable Fashion* di Indonesia.
3. Manfaat bagi Masyarakat

   Sebagai informasi baru bagi masyarakat Indonesia terkait *Sustainable Fashion* yang merupakan salah satu tanggung jawab manusia untuk menciptakan lingkungan yang lebih baik. Sehingga dengan adanya penelitian ini dapat menjadi gambaran bagi masyarakat sebagai pengetahuan untuk upaya pencegahan kerusakan lingkungan akibat Fashion/Tekstil.
4. Manfaat bagi Pengusaha

   Bagi para pengusaha dalam bidang tekstil, gambaran respon dan perilaku dari masyarakat ini dapat bermanfaat untuk memikirkan dan mempertimbangkan kegiatan *Sustainable Fashion* seperti memikirkan tanggung jawab terhadap lingkungan mulai dari produk dibuat hingga produk dapat menjadi sampah.

.

## 1.5 Ruang Lingkup

Penelitian ini memiliki ruang lingkup sebagai berikut :

1. Penelitian ini dapat dilakukan di mana saja karena melakukan penelitian dengan pengambilan data Kuesioner Online
2. Data primer yang didapatkan dari kuesioner online akan diisi oleh responden dari berbagai wilayah di Indonesia
3. Penelitian ini berlangsung pada bulan Maret 2021 – September 2021
4. Penyebaran kuesioner dilakukan secara online melalui *Google Form*.
5. Analisis data akan dilakukan dengan analisis statistika deskriptif, asosiatif, dan komparatif menggunakan *Software Product and Service Solutions* (SPSS).

# BAB II
# TINJAUAN PUSTAKA

## 2.1 *Fast Fashion*

Industri fashion sangat dekat dengan fenomena percepatan kehidupan (dromologi), dimana pergerakan dalam industri fashion di dunia ini bergerak dengan sangat cepat kepada para masyarakat modern yang mana masyarakat tersebut terdorong untuk gaya hidup konsumsi trend terbaru. Teknologi juga berperan dalam berkembangnya fashion tersebut, mulai dari pengolahan bahan baku hingga produksi desain. Dan dengan teknologi yang semakin baik memungkinkan adanya proses pelipatan dan pemadatan ruang dan waktu, dimana pemasaran produk fashion nantinya dapat menembus setiap belahan dunia dalam waktu yang terbilang singkat untuk memenuhi hasrat konsumsi masyarakat modern, dan hal tersebut dikenal sebagai *Fast Fashion* (Shinta, 2018). *Fast Fashion* juga dikenal dengan strategi bisnis yang bertujuan untuk mengurangi proses yang teribat dalam siklus pembelian dan memimpin waktu dalam memasukkan produk fashion baru ke toko-toko, untuk memenuhi permintaan konsumen (Barnes & Lea-Greenwood, 2006). Sedangkan dari segi konsumen *Fast Fashion* dapat diartikan sebagai pakaian yang murah dan trendi, yang mana dapat sangat cepat perubahannya untuk memenuhi kebutuhan konsumen, terkhusus pada konsumen yang mengerti mode pada waktu yang tepat di pasar (Bhardwaj dan Fairhurst, 2010).

Dalam beberapa tahun terakhir *Fast Fashion* juga menjadi model bisnis yang paling terkenal di industri fashion karena kinerjanya yang mengesankan di pasar global (Kim dkk, 2013). Industri *Fast Fashion* juga tumbuh lebih cepat dari industri fashion lainnya, sehingga mendorong disposibilitas yang lebih besar. Industri *Fast Fashion* juga dapat menimbulkan kerugian seperti penyumbang tekstil limbah yang berakhir di tempat pembuangan sampah, sementara bahan sintetisnya tidak dapat terurai.

Selain itu, *Fast Fashion* bertanggung jawab atas hampir 10 persen dari emisi gas global yang mengakibatkan pemanasan global. Gas rumah kaca dan berbagai pestisida dan pewarna dilepaskan ke lingkungan oleh indrustri *Fast*

*Fashion*. Meningkatnya minat masyarakat dalam menggunakan *Fast Fashion* secara terus-menerus menambah pelepasan limbah dari pabrik-pabrik tekstil, yang mengandung pewarna dan larutan kaustik. Bahan yang digunakan tidak hanya mempengaruhi lingkungan pada produk tekstil, tetapi juga pekerja dan orang-orang yang memakai pakaian tersebut. Zat pada pakaiann dalam produk *Fast Fashion* juga berbahaya dan dapat mempengaruhi semua aspek kehidupan yang dilepaskan ke lingkungan sekitar (Nidia, 2020). Selain itu terdapat beberapa hal utama yang dapat memicu terjadinya dampak lingkungan dari industri fashion, antara lain pertama siklus percepatan mode baru, kemudian penurunan harga pakaian, dan terakhir biaya produksi yang rendah di negara berkembang (Haug, 2016). *Fast Fashion* ditandai oleh beberapa faktor pemasaran seperti prediksi yang rendah, pembelian impuls tinggi, siklus hidup yang lebih pendek, dan permintaan pasar yang tinggi, sehingga pendekatan "kecepatan ke pasar" adalah prioritasnya (Bhardwaj dan Fairhurst, 2010).

## 2.3 Industri Tekstil

Tekstil merupakan suatu bahan dari serat yang mana nantinya akan diolah berupa kain atau benang sebahgai bahan untuk membuat busana dan produk lainnya. Kemudian tekstil adalah material fleksibel yang terbuat dari tenunan benang, tekstil dibentuk dengan cara penyulaman, penjahitan, pengikatan, dan cara pressing. Dan istilah tekstil sendiri dalam pemakaian sehari hari sering disamakan dengan istilah kain.

Kain atau tekstil pastinya dekat dengan fashion atau pakaian, dimana bahan tersebut akan mudah dijumpai pada Industri fashion atau industri tekstil. Industri ialah usaha pengolahan barang setengah jadi atau bahan mentah berubah menjadi barang jadi yang mempunyai nilai tambah untuk memperolah keuntungan sebesar besarnya. Industri fashion merupakan salah satu global industri yang memiliki ciri siklus yang pendek, permintaan yang fluktuatif, variasi produk yang luar biasa, serta proses pasokan yang panjang, dan rantai pasokan yang kompleks (Sen, 2008). Dan industri tekstil merupakan industri yang mengolah serat menjadi benang, kemudian menjadi busana atau lainnya. Industri tekstil juga termasuk salah satu industri manufaktur terbesar baik di

Indonesia maupun di dunia. Industri tekstil menyebabkan terjadinya bahaya lingkungan selama menghasilkan produksi fashion, terutama tentang pasokan tekstil global baik serat alami atau serat sintetis.

Bahan tekstil akan sangat berpengarug dalam hasil pengolahan sampah/limbah tekstil pada industri tekstil. Seperti Penanganan kapas yang membutuhkan banyak pasokan air yang besar dan sejumlah pestisida yang mudah mencemari lingkungan. Sedangkan serat sintetis berasal dari minyak bumi yang tidak bisa diperbaharui. Kemudian pewarna tekstil yang mana dapat menghasilkan limbah cair berbahaya dan mencemari tanah dan air (Bick, 2018). Terkait dengan bahaya lingkungan yang terjadi, bahkan terdapat 85% dari semua limbah tekstil di Amerika berakhir di tempat pembuangan sampah dalam rentang 10 tahun limbah tersebut meningkat menjadi 40%. Dan terdapat pula kejadian di Canada dimana industri tekstil menyumbang 10% limbah. Penimbunan sampah adalah bentuk dominan dari pengelolaan limbah, sementara yang dibahas sebelumnya bahwa bahan sintetis tidak dapat terurai pula (Weber dkk, 2017).

Untuk limbah cair sendiri pastinya perlu dibangun ipal dan dikelola dengan baik. Dalam ipal nanti dapat dilakukan teknologi lumpur aktif, dimana berisikan tangki aerasi, sedimentasi. Yang mana nantinya akan dipantau beberapa parameter seperti COD, BOD, pH, DO untuk parameter kimia. dan untuk parameter fisika ada MLSS, Dan biologi ada mikroorganismenya.

## 2.4 Sampah Tekstil

Sampah tekstil adalah hasil dari kegiatan tekstil seperti kain, benang, dan sebagainya. Sampah tekstil dapat dibagi kedalam beberapa jenis seperti Sampah Rantai Pasok, yang mana sampah ini berasal dari manufactor, atau dari industri tekstil itu sendiri, dimana sampah sampah ini berupa sisa dari hasil produksi yang dikumpulkan oleh industri tekstil dan ditumpuk bersamaan, sampah ini dapat disebut sebagai Pre-Consumer Waste. Kemudian yang kedua adalah sampah penggunaan konsumen atau dapat disebut sebagai Post Consumer Waste, dimana pada jenis ini merupakan sampah bekas pakai atau sampah yang memang sudah rusak, seperti baju yang bolong, kain pel yang

sudah dipakai, horden yang sudah rusak, dan beragam kain yang memang sudah pernah digunakan sebelumnya (Zamani dkk, 2014), Common Objective (2018), Meilani (2018)). Sampah tekstil merupakan salah satu komponen utama material limbah yang terdapat di bumi. Penimbunan limbah tekstil berakibat terhadap semakin meningkatnya polusi, menimbulkan bermacam penyakit, serta menciptakan pemandangan yang tidak nyaman.

## 2.5 *Sustainable Fashion*

Seperti arti dari *sustainable* sendiri adalah berkelanjutan, maka *Sustainable Fashion* sendiri merupakan fashion yang berkelanjutan. Fashion yang berkelanjutan merupakan pola pikir yang bertanggung jawab terhadap lingkungan, Kesehatan, social, serta ekonomi. *Sustainable Fashion* ini juga dapat diterapkan dalam daur hidup produk, mulai dari pra produksi hingga pasca produksi.

Dengan terciptanya fashion yang berkelanjutan, kegiatan ini tidak hanya dilakukan oleh para produsen baju melainkan dapat dilakukan oleh para konsumen agar dapat lebih baik dalam keberlanjutan lingkungan. Adapun hal hal yang dapat dilakukan guna mendukung Fashion yang berkelanjutan ini antara lain; melakukan pemilihan material pakaian yang ramah lingkungan seperti Tencel, katun, dan linen yang ditanam tanpa pestisida kimia, kemudian melakukan produksi yang zero waste pattern, *distribution* minim energi dan jejak karbon, memilih baju dengan masa pakai yang Panjang sehingga baju dapat digunakan berkali kali, hingga melakukan *upcycle* yang mana dapat dilakukan perbaikan pada pakaian yang rusak atau memberikan pakaian kepada yang membutuhkan untuk menambah masa pakainya. Maka kesimpulannya, *Sustainable Fashion* juga diartikan sebagai Gerakan kearah produk fashion yang ramah lingkungan dan menghargai masyarakat dimana pakaian itu di produksi (Nidia, 2020).

## 2.6 Respon Masyarakat

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, respon berasal dari kata “response” yang mana memiliki makna tanggapan, aksi, ataupun jawaban dari suatu masalah terhadap khalayak. Menurut Kartono, respon adalah jawaban

yang khususnya bagi pertanyaan atau kuesioner atau seberang tingkah laku, baik yang terlihat atau lahirilah maupun yang tersembunya atau samar samar (Kartono, 2014). Respon juga berkaitan dengan rangsangan, sehingga jika timbul rangsagan akan diikuti dengan respon. Menerima perilaku yang muncul setelah stimulus ditransmisikan ke komunikan adalah sebuah bentuk respon, respon adalah hasil berupa perilaku yang timbul karena rangsangan.

Respon juga dapat diartikan sebagai reaksi atau jawaban yang bergantung pada stimulus atau hasil stimulus tersebut. Respon hanya akan timbul jika individu dihadapkan pada stimulus yang menghendaki adanya reaksi individu. Dan respon dari seseorang dapat berupa respon yang baik dan buruk. Kemudian untuk memberi respon terhadap suatu objek maka pertama harus melakukan sebuah pengamatan terhadap objek tersebut. Oleh karena itu objek yang manusia amati disebut stimulus atau perangsang, dan respon yang diberikan merupakan reaksi atau stimulus tersebut (Azwar, 2015).

Adapun hubungan antara respon masyarakat dengan *Sustainable Fashion* sendiri adalah dimana masyarakat memberikan tanggapan atau mengambil sikap dari pengalaman yang pernah masyarakat dapatkan dari kehidupan mereka dengan fashion berkelanjutan, dengan adanya pengalaman masyarakat maka akan timbul sikap yang mana sikap tersebut adalah respon dari masyarakat, dan dengan adanya topik penelitian ini respon masyarakat akan berpengaruh seperti pada perkembangan fashion berkelanjutan dimasa yang akan datang melalui bagaimana masyarakat menyikapi fashion berkelanjutan tersebut.

## 2.7 Perilaku Masyarakat

Menurut Skinner dalam kutipan Soekidjo Notoatmodjo dijelaskan bahwa perilaku adalah respon atau reaksi dari seseorang terhadap rangsangan dari luar (*stimulus*). Perilaku sendiri dapat dibedakan menjadi dua jenis, yaitu perilaku tertutup (*Covert Behaviour*) dan perilaku terbuka (*Overt Behaviour*). Perilaku Tertutup adalah perilaku yang akan terjadi jika respon terhadap rangsangan/stimulus belum bisa diamati orang lain dengan jelas, dimana respon seseorang masih terbatas dalam perhatian, perasaan, persepsi, dan sikap

terhadap stimulus/rangsangan yang ada, yang mana hal ini disebut dengan pengetahuan dan sikap. Sedangkan Perilaku Terbuka adalah perilaku yang apabila terjadi respon dalam tindakan seseorang dapat diamati dari luar (oleh orang lain), yang mana disebut dengan praktek (practice) (Notoatmodjo, 2010).

Adanya perilaku terjadi karena adanya proses stimulus/rangsangan terhadap organisme yang kemudian organisme tersebut memberi respon. Maka dapat disimpulkan teori menurut Skinner ini disebut pula teori S-O-R atau stumulus-organisme-respons. Maka dapat didefinisikan bahwa perilaku adalah suatu kegiatan atau aktivitas yang dilakukan seseorang karena adanya keinginan, kehendak, kebutuhan, nafsu, dan sebagainya (Notoatmodjo, 2003).

Adapun hubungan antara perilaku masyarakat terhadap *Sustainable Fashion*/fashion berkelanjutan adalah, dengan adanya perilaku atau sikap masyarakat dalam menyikapi fashion berkelanjutan itu dapat menjadi gambaran bagi industri fashion dalam mengelola fashion dengan lebih baik dan memikirkan lingkungan. Kemudian dengan adanya perilaku masyarakat maka dapat menjadi tolak ukur seberapa paham masyarakat dapat menyikapi apabila terjadi permasalahan lingkungan yang mungkin dapat timbul akibat sampah tekstil.

## 2.8. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelitian oleh Mulyanti dan Fachrurozi, (2016) dengan judul "Analisis Sikap dan Perilaku Masyarakat terhadap Pelaksanaan Program Bank Sampah (Studi Kasus Masyarakat Kelurahan Bahagia Bekasi Utara)" . tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui proses penyelenggaraan bank sampah, untuk mengetahui sikap masyarakat, untuk mengetahui perilaku masyarakat, dan untuk mengetahui tingkatan konsistensi antara sikap dan perilaku masyarakat. Adapun penelitian ini dilakukan dengan pengambilan data melalui kuesioner yang disebarkan, dan berdasarkan hasil analisis didapatkan kesimpulan konsumen memiliki sikap yang mendekati baik atau positif terhadap produk bank sampah, dan perilaku masyarakat menunjukan konsumen memiliki perilaku yang baik atau positif terhadap produk daur ulang,

dan hasil analisis sikap dan perilaku konsumen menunjukan adanya konsistensi antara sikap dan perilaku konsumen terhadap produk bank sampah.

Penelitian yang dilakukan oleh Tahalele dkk (2020) yang berjudul "Analisis Produk Fesyen Berkelanjutan: Tantangan dan Penentu Keberhasilan" yang mana memiliki tujuan untuk menjawab perancang busana dan / atau pengusaha Indonesia yang ingin mempertimbangkan keberlanjutan dan menjawab pertanyaan praktik mana yang harus dipertimbangkan dalam pembuatan produk bisnis fesyen berkelanjutan. Penelitian ini dilakukan dengan pengambilan data primen melalui teknik wawancara yang ditujukan kepada 8 desainer muda Indonesia. Dan dengan dilakukannya penelitian ini, didapatkan kesimpulan bahwa dibutuhkan 9 faktor penting yang menjadi tolak ukur mempengaruhi keberhasilan produk fashion berkelanjutan sehingga menjadi industri yang berkelanjutan, Adapun faktor tersebut adalah; inovasi dan desain, sumber bahan, pengolahan bahan, proses produksi, teknologi, sumber daya manusia, tanggung jawab social, penelitian dan pengembangan, terakhir makna dan nilai.

Menurut Aisyah (2020) dalam penelitiannya berjudul " Analisis *Recycle* Limbah Tekstil (*Lace* dan *Tulle*) Dalam Pembuatan Busana Pesta Balita Perempuan" yang mana penelitian tersebut memiliki tujuan Mendeskripsikan proses pembuatan produk busana pesta balita perempuan hasil *recycle* limbah kain *lace* dan *tulle*, mendeskripsikan hasil analisis busana pesta balita dengan bahan baku limbah kain *lace* dan *tulle*. Penelitian ini menupakan penelitian deskriptif dengan metode pengumpulan data dokumentasi dan kuesioner. Hasil analisis responden terhadap produk busana pesta balita perempuan *recycle lace* dan *tulle* memperoleh persentase tinggi pada bahan *lace* dan *tulle* . dengan demikian pengolahan limbah tekstil dengan cara daur ulang berbasis masyarakat dapat diterapkan sebagai salah satu upaya penanggulangan limbah tekstil yang efektif.

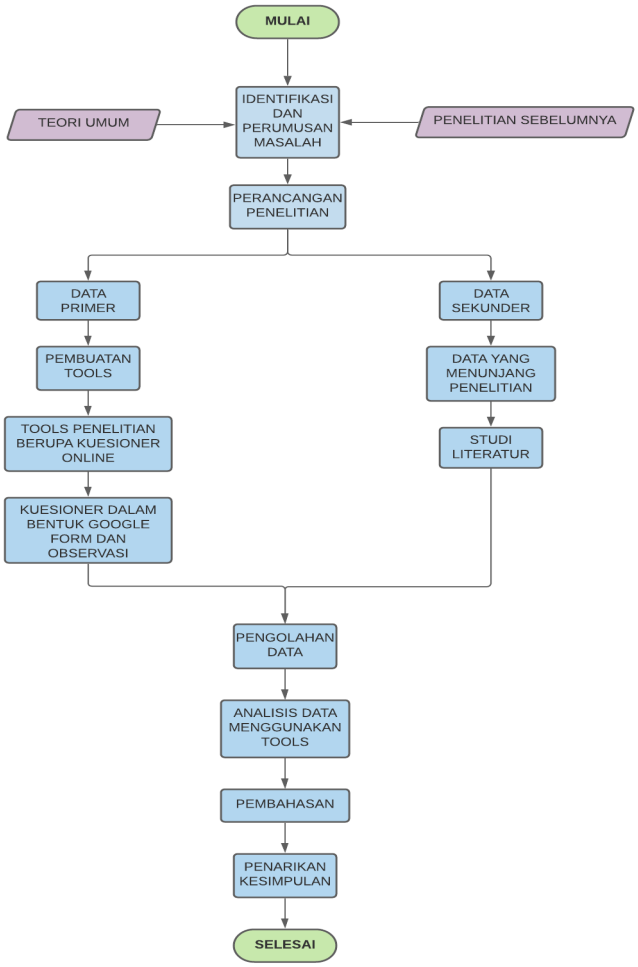
*"Halaman ini sengaja dikosongkan"*

# BAB III

# METODE PENELITIAN

## 3.1. Prosedur Penelitian

Dalam penelitian ini Adapun tahapan yang akan dilakukan dari proses dilaksanakannya penelitian hingga tahap akhir yang mana disajikan dalam diagram alir sebagai berikut :




Gambar 1 Diagram Alir Penelitian

## 3.2. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian dilaksanakan dengan cara Online dalam kurun waktu 6 bulan mulai dari bulan Maret 2021 hingga bulan September 2021. Dalam penelitian ini pengambilan data didapatkan menggunakan Kuesioner melalui *Google Form*, yang disebarkan dalam kurun waktu selama 6 hari, tepatnya pada

tanggal 29 Mei 2021 hingga tanggal 3 Juni 2021. Maka dengan begitu penelitian ini dapat dilakukan dimana saja.

### 3.3. Jenis dan Variabel Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, yang mana penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang berdasar pada pengujian sebuah teori yang terdiri dari variabel-variabel dan diukur dengan angka dan dianalisis dengan statistic. Pendekatan metode kuantitatif adalah metode yang mana berlandas pada positivism dan digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertrntu (Sugiyono, 2016). Data kuantitatif juga dapat dikelompokan kedalam dua jenis, yaitu data diskrit dan data kontinum.

Data dalam penelitian ini masuk dalam kalompok data kontinum, data kontinum merupakan data yang diperoleh dari hasil pengukuran yang mana terdiri dari data ordinal, data interval, dan data rasio. Data ordinal yakni data yang berjenjang atau berbentuk peringkat, sehingga jarak satu data dengan yang lain mungkin tidak sama. Data interval adalah data yang jaraknya sama, tetapi tidak memiliki nilai nol absolut (mutlak), pada data ini walaupun datanya 0 tetapi masih mempunyai nilai, contohnya 0 derajat celcius, dimana disitu masih ada nilainya. kemudian untuk data rasio adalah data yang jaraknya sama dan mempunyai nilai nol absolut, jadi jika data nol berarti tidak ada nilainya, seperti hasil pengukuran berat, Panjang (Sugiyono,2007) yang mana untuk detailnya adalah sebagai berikut :

Tabel 1 Jenis Data Pada Kuesioner

| **Jenis Data** | **Data Kuesioner** | |
|---|---|---|
| Ordinal | Data Identitas Responden | |
| Internal dan Ratio | Data Respon | Pengetahuan Responden |
| | | Pengalaman Responden |
| | Data Perilaku | Sikap Responden |
| | | Perilaku Responden |

Dimana jenis data yang ditentukan tersebut nantinya dapat digunakan guna memilih metode analisis yang akan digunakan. Data ordinal merupakan data yang berjenjang atau berbentuk peringkat, dan data rasio adalah data yang jaraknya sama dan mempunyai nilai nol absolut, maka jika nilai terdapat data nol tidak ada apa-apa. Data ratio juga dapat disusun kedalam data interval ataupun ordinal (Sugiyono, 2012).

Adapun variabel dalam penelitian ini berupa variabel terikat/dependen (Y) dan variabel bebas/independen (X). Yang dimaksud dengan Variabel bebas adalah variabel yang mampu berdiri sendiri tanpa terikat dengan variabel lainnya, variabel ini tidak dipengeruhi oleh variabel lain melainkan akan mempengaruhi variabel lain, dalam penelitian ini variabel bebasnya antara lain identitas responden, sampah tekstil, *Fast Fashion*, dan faktor dilakukannya *Fast Fashion*. Sedangkan Variabel terikat adalah variabel yang tidak dapat berdiri sendiri, variabel ini memiliki hubungan dengan variabel bebasnya. Pada penelitian kali ini, variabel terikat dalam penelitiannya adalah kegiatan *Sustainable Fashion*.

## 3.4.Prosedur Analisis Data

### 3.4.1. Pengambilan Data

Metode penelitian atau pengambian data adalah suatu cara ilmiah untuk mendapatkan data guna tujuan tertentu. Cara ilmiah yaitu cara yang dilakukan dengan dasar keilmuan seperti rasional, empiris, dan sistematis. Berdasarkan pemaparan, maka dapat disimpulkan bahwa metode penelitian adalah suatu cara ilmiah untuk memperoleh data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Darmadi,2013). Dalam pengambilan data pada penelitian ini dilakukan dengan mencari Data Primer dan juga Data Sekunder. Data Primer yakni berisikan hasil observasi respon masyarakat dengan *Sustainable Fashion*, pencarian data ini nantinya dilakukan dengan kuisioner online yang dapat diakses oleh masyarakat Indonesia.

A. Populasi

Populasi sendiri adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi berarti meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek yang diteliti itu (Sugiyono, 2007). Dalam penelitian ini populasinya adalah masyarakat yang gemar atau sering melakukan kegiatan berbelanja. Berbelanja yang dimaksud pada lingkup populasi ini adalah berbelanja segala hal yang berdasar bahan tekstil, mulai dari perabotan rumah atau keperluan desain interior, hingga pakaian yang semua orang gunakan. Masyarakat yang dimaksud disini juga merupakan masyarakat dengan rentan usia 17 tahun keatas, dimana usia tersebut dirasa sudah mengerti apa yang dimaksud bahan tekstil dan seperti apa bentuknya, serta pada usia tersebut dapat menjadi usia produktif berbelanja.

B. Sampel

Kemudian dari diketahuinya populasi maka dapat dilakukan pengambilan sampel. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi, dan dari sampel nantinya kesimpulannya dapat diberlakukan untuk populasi (Sugiyono, 2007). Pada pengambilan sampel ini dilakukan dengan Tools “Kuesioner”, yang pada penelitian ini kuesioner mendapatkan hasil sebanyak 152 responden. Pengambilan sampel dari kuesioner tersebut didapatkan dengan beberapa Teknik Sampling yang masuk kedalam kelompok Nonprobability Sampling, yaitu Teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/ kesempatan sama bagi populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2007). Dan untuk jumlahnya sampel apabila sudah terbentuk target responden dapat menggunakan teori Rosco(1982) yang mana sampel berkisar 30-500, sampel dibagi persubab atau kategori seperti jenis kelamin laki dan perempuan atau antar kategori pekerja dan setiap kategori memiliki minimal 30 sampel. Namun dalam penelitian ini adapun teknik yang digunakan adalah :

- Teknik Incidental

  Pada teknik sampel ini diambil dengan responden yang masuk atau sesuai kedalam populasi yang ditentukan. Seperti, dengan populasi yang dijabarkan diatas maka sampel yang diambil untuk bisa mengisi kuesioner adalah masyarakat yang sering berbelanja ke mall, masyarakat yang sering berbelanja online, dan sebagainya yang mana masyarakat tersebut cocok dengan sumber data.

- Teknik Convenience

  Teknik ini adalah teknik yang digunakan tanpa harus susah payah dalam mencari sample, seperti sampel bisa diambil dari teman sekitar atau teman dekat, tetangga, hingga saudara dan orang orang terdekat lainnya (Sarwoko, 2007).

C. Alat Ukur Penelitian

Seperti yang dijelaskan sebelumnya bahwa dalam penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai alat ukur atau *tools* dalam mendapatkan hasil penelitian. Kuesioner/ metode angket ini merupakan pengumpulan data dengan cara memberi pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab, yang mana pertanyaan pertanyaan tersebut dapat diberikan secara langsung atau melalui pos dan internet. Dan data yang diperoleh dalam kuesioner ini merupakan data primer penelitian.

Jenis angket atau kuesioner sendiri terdapat dua jenis, yakni angket tertutup dan terbuka. Sedangkan pada penelitian ini menggunakan jenis angket tertutup karena dalam kuesioner yang diberikan sudah disediakan jawaban, sehingga responden hanya perlu memilih jawaban yang sudah tersedia secara langsung (Sugiyono, 2008). Kuesioner ini nantinya akan ditujukan kepada masyarakat Indonesia guna mengetahui respon dan perilku masyarakat yang gemar berbelanja terkait *Sustainable Fashion*. Kuesioner ini nantinya juga akan diisi oleh responden dengan rentan usia 17 tahun keatas, dimana rentan usia tersebut dirasa sudah paham terkait permasalahan lingkungan yang bersumber dari pakaian yang selama ini

digunakan, serta usia tersebut masuk kedalam kategori usia produktif berbelanja produk sandang.

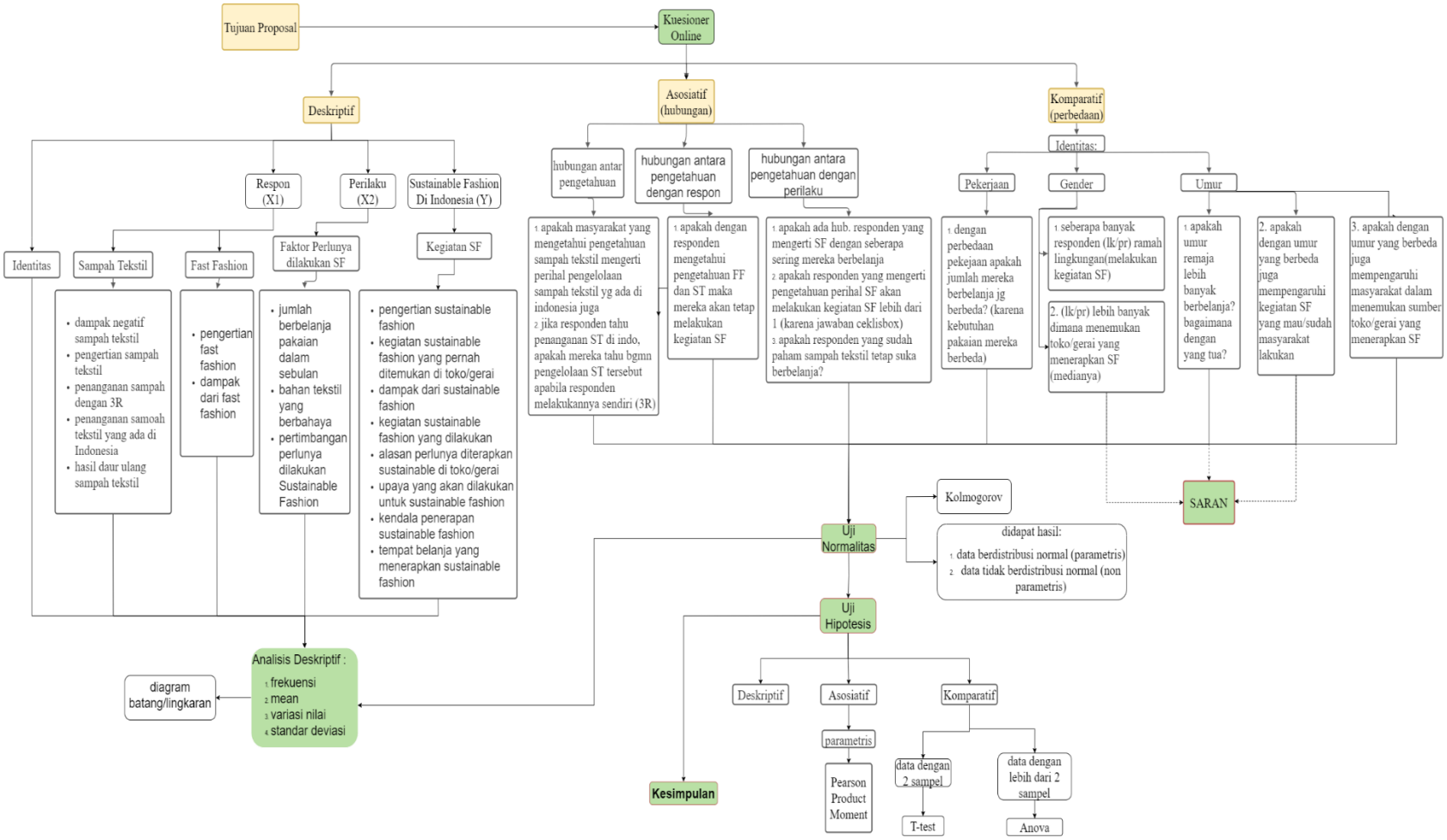
Menurut Suharsimi, angket sendiri merupakan sebuah daftar pertanyaan yang harus diisi oleh orang yang akan diukur (responden). Berdasarkan angket ini orang dapat mengetahui tentang keadaan atau data diri, pengalaman, pengetahuan, sikap, atau pendapatnya, dan lain lain (Suharsimi,2003). Sedangkan didalam studi ini, data dan pertanyaan yang akan ditanyakan adalah terkait pengetahuan, sikap, pengalaman, dan perilaku masyarakat Indonesia terhadap fashion berkelanjutan yang mungkin sudah mereka temui dalam kehidupan disekitar mereka. Dalam pemilihan metode pengambilan data ini menggunakan angket dengan pertimbangan diantaranya; angket dapat disebarkan secara serentak, pengisian angket tidak mengganggu aktifitas responden karena pengisian angket ditentukan oleh responden sesuai kesediaan waktu responden. Adapun detail dari pertanyaan yang disajikan dalam kuesioner adalah sebagai berikut :

Tabel 2 Pertanyaan Kuesioner

| No | Jenis Pertanyaan | Pertanyaan |
|---|---|---|
| 1 | Pengetahuan | Pengertian sampah tekstil |
| 2 | | Dampak dari sampah tekstil di Indonesia |
| 3 | | Prinsip penanganan sampah tekstil (Prinsip 3R) |
| 4 | | Penanganan sampah tekstil yang ada di Indonesia |
| 5 | | Hasil daur ulang sampah tekstil yang biasa di temukan |
| 6 | | Bahan tekstil seperti apa yang diketahui responden tidak ramah lingkungan |
| 7 | | Pengertian *Fast Fashion* |
| 8 | | Dampak dari *Fast Fashion* |
| 9 | | Pengertian Fashion Berkelanjutan/*Sustainable Fashion* |
| 10 | | Dampak dari Fashion Berkelanjutan/*Sustainable Fashion* |
| 11 | Pengalaman | Berapa kali responden melakukan belanja pakaian dalam kurun waktu satu bulan |
| 12 | | Kegiatan Berkelanjutan/*Sustainable Fashion* seperti apa yang pernah dilakukan oleh responden |
| 13 | | Kegiatan *Sustainable Fashion* seperti apa yang sering ditemukan responden di Toko/Gerai Pakaian |
| 14 | | Dimana responden pernah menemukan Toko/Gerai yang menerapkan kegiatan *Sustainable Fashion* |
| 15 | Sikap dan Perilaku | Apa alasan Toko/Gerai menerapkan kegiatan *Sustainable Fashion* |
| 16 | | Kegiatan seperti apa yang dapat menjadi pertimbangan dilakukannya *Sustainable Fashion* |
| 17 | | Upaya apa yang akan dilakukan dalam mendukung *Sustainable Fashion* |
| 18 | | Apa kendala dalam menerapkan *Sustainable Fashion* |

Selanjutnya yang kedua yaitu degan pengambilan Data Sekunder. Nantinya data ini didapatkan dari banyaknya jumlah penduduk, hasil produksi industri tekstil di Indonesia, jumlah sampah tekstil di Indonesia, dan berbagai informasi penting yang diperlukan sebagai bahan penelitian. Data ini digunakan sebagai data acuan dalam pembentukan hipotesis. Dalam point ini juga dapat diperoleh dari hasil studi terdahulu atau dari suatu instansi yang datanya dapat menunjang topik penelitian.

### 3.4.2. Pengolahan Data




Gambar 2 Skema Penelitian

Setelah dilakukan pencarian data yang diperoleh melalui pengisian kuesioner online maka hasilnya akan dilakukan analisis dengan menggunakan beberapa metode. Adapun pada penelitian ini akan menggunakan metode Kuantitatif. Pengolahan data dengan metode Kuantitatif sendiri adalah metode yang berlandas pada filsafat *positivisme*, dimana Teknik pengambilan datanya dilakukan dengan *random*, dan pengumpulan data dengan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistic dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (sugiyono, 2013). Dengan dilakukannya analisis data diharapkan nantinya dapat menjawab permasalahan yang sudah dirumuskan untuk melakukan pengujian hipotesis yang diajukan sebelumya.

**3.4.2.1. Analisis Deskriptif**

Analisis deskriptif adalah statistic yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi (Sugiyono, 2012). Dalam penelitian ini perlu dilakukan statistik deskriptif karena manfaatnya dapat mempermudah pembaca agar lebih ringkas dan mudah memahami data yang ada. Statistik deskriptif juga berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel/populasi. dalam analisis deskriptif ini juga banyak cara penyajian datanya seperti dengan tabel, grafik, diagram lingkaran, pictogram (Sugiyono, 2007).

Pada analisis deskriptif ini nantinya akan diperoleh data statistic deskriptif antara lain sebagai berikut :

a. Rata-rata Hitung (*mean*)

   Rata-rata hitung merupakan nilai yang diperoleh dengan membagi seluruh nilai pengamatan dengan banyaknya pengamatan.

Rata-rata dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\bar{X} = \frac{X^1 + X^2 + \cdots + Xi + Xn}{n}$$

Gambar 3 Rumus menghitung mean

Keterangan :

X = Mean data

Xn = Variabel ke-n

N = Banyaknya data atau sampel

b. Standar Deviasi

Standar deviasi atau simpangan baku adalah data yang telah di susun dalam tabel distribusi frekuensi atau data bergolong. Standar deviasi dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$S = \frac{\sqrt{\sum fi\ (Xi - X)^2}}{(n-1)}$$

Gambar 4 Rumus menghitung standar deviasi

Keterangan :

S = Simpangan Baku

X = Rata-rata nilai

Xi = Nilai X ke 1 sampai ke n

N = Jumlah sampel

Selanjutnya dalam analisis deskriptif nantinya akan dilakukan penilaian keseluruhan pada masing masing variabel. Dimana masing masing variabel akan diketahui tingkatannya, seperti dalam setiap variabel akan diketahui seberapa besar tingkatan masyarakat mengerti akan analisis yang dilakukan, yang mana akan didapatkan tingkatan kurang baik, baik, dan

sangat baik. Contohnya seperti pada variabel respon, yang mana berisikan pertanyaan terkait pengetahuan, dimana akan diketahui tingkatannya, yang apabila semakin tinggi tingkat pengetahuan responden maka akan semakin baik respon yang didapat (Notoatmodjo, 2014). Adapun pengukuran tersebut nantinya dapat diukur sebagai berikut :

Tabel 3 Menentukan Tingkatan Responden

| **Tingkatan Respon** | |
|---|---|
| **Kategori** | **Ketentuan** |
| Kurang Baik | $X \leq M\text{-}1(SD)$ |
| Baik | $M\text{-}1(SD) \leq X \leq M+1(SD)$ |
| Sangat Baik | $M+1SD \leq X$ |

*Sumber: Azwar, 2015, 2015*

Adapun ketetuan dari tabel diatas untuk mendapatkan nilai tingkatan nantinya adalah sebagai berikut :

X = Jumlah Skor Total Respon

M = Mean (Rata-rata)

SD= Standar deviasi

**3.4.2.2. Analisis Asosiatif**

Analisis asosiatif merupakan analisis model dan pembuktian yang mana digunakan untuk mencari kebenaran dari hipotesis yang dilakukan. Dalam penelitian ini asosiatif digunakan untuk mengolah data yang berhubungan, pada penelitian ini asosiatif dibagi berdasarkan 3 bagian, pertama adalah mengasosiatifkan antar pengetahuan, kedua mengasosiatifkan pengetahuan dengan respon masyarakat, dan tertakhir mengasosiatifkan pengetahuan dengan perilaku masyarakat.

Kemudian dalam analisis asosiatif ini digunakan Teknik korelasi Pearson Product Moment, dimana Teknik tersebut dapat digunakan dalam tingkatan data Interval atau Ratio.

Adapun syarat dilakukannya korelasi product moment antara lain data harus bersifat normal, linearitas, data ordinal, dan data bersifat homogen. Normalitas berarti data tersebut normal dan sebaran variabel variabel yang hendak dikorelasikan harus berdistribusi normal. Dan homogenitas terjadi jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap atau sama. Teknik korelasi product moment ini digunakan guna membuktikan hipotesis hubungan dari dua variabel yang datanya berjenis Interval atau Ratio yang sumber datanya berasal dari dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2007). Dalam analisis asosiatif ini, nantinya dapat menafsirkan hasil korelasi tersebut apakah kecil atau besar, dan untuk dapat memberikan penafsiran tersebut dapat digunakan pedoman untuk memberikan interpretasi terhadap koefisien korelasi pada tabel dibawah ini :

Tabel 4 Tingkat hubungan

| **Interval Koefisien** | **Tingkat Hubungan** |
|---|---|
| 0,00 - 0,199 | Sangat Rendah |
| 0,20 - 0,399 | Rendah |
| 0,40 - 0,599 | Sedang |
| 0,60 - 0,799 | Kuat |
| 0,80 - 1,00 | Sangat Kuat |

*Sumber: Sugiyono, 2007*

Dalam analisis korelasi terdapat suatu angka yang disebut Koefisien Determinasi, yang mana besarnya adalah kuadrad dari koefisien korelasi ($r^2$). Koefisien ini disebut koefisien penentu, karena varians pada variabel dependen dapat dijelaskan melalui varians pada variabel independent.

### 3.4.2.3. Analisis Komparatif

Dalam penelitian ini akan dilakukan penelitian yang bersifat membandingkan. Penelitian ini dilakukan untuk membandingkan persamaan atau perbedaan dua atau lebih fakta fakta dan sifat sifat objek yang diteliti berdasarkan kerangka pemikiran tertentu. Penelitian kompratif adalah penelitian sejenis deskriptif yang digunakan untuk mencari jawaban secara mendasar tentang sebab akibat, dengan menganalisis faktor faktor penyebab terjadinya atau munculnya suatu fenomena itu (Nazir, 2005). Jadi komperatif merupakan penelitian yang digunakan untuk membandingkan antara dua kelompok atau lebih dari suatu variabel.

Pada penelitian ini beberapa komponen akan dibandingkan berdasarkan identitas, identitas yang dibandingkan disini yakni pekerjaan, gender, dan juga umur. Adapun detail dari data yang akan dibandingkan adalah sebagai berikut :

1. Pekerjaan
   - Perbedaan respon banyaknya responden berbelanja di antar pekerjaan
2. Gender
   - Perbedaan respon lk/pr dalam melakukan kegiatan *Sustainable Fashion*
   - Perbedaan respon lk/pr menemukan toko/gerai yang menerapkan kegiatan *Sustainable Fashion*
3. Umur
   - Perbedaan respon banyaknya responden berbelanja antar rentan usia, apakah yang berusia muda akan lebih banyak berbelanja, apakah yang lebih tua akan lebih sedikit berbelanja, atau sebaliknya.

- Perbedaan respon menemukan toko/gerai yang menerapkan *Sustainable Fashion* antar rentan usia
- Perbedaan banyaknya kegiatan *Sustainable Fashion* yang mau/sudah dilakukan responden antar rentan usia

**3.4.2.4. Uji Validitas dan Reabilitas**

Sesuai dengan kaidah statistic, untuk penelitian dengan menggunakan tools kuesioner diwajibkan untuk melakukan uji validitas dan reabilitas terlebih dahulu. Uji validitas adalah uji yang akan menunjukan derajat ketepatan antara data yang ada secara nyata dengan data yang telah dikumpulkan oleh peneliti untuk mencari validitas sebuah item. Uji validitas ini dilakukan dengan mengkorelasikan skor item dengan total item, dan apabila antara item dan total item memiliki nilai yang sama atau diatas 0,3 maka dapat diartikan item tersebut sudah valid, begitu pula sebaliknya jika dibawah 0,3 maka tidak valid (Sugiyono, 2016).

Kemudian Uji Reabilitas adalah uji untuk mengetahui sejauh apa hasil pengukuran dengan objek yang sama akan menghasilkan data yang sama, sama seperti uji validitas, pada uji reabilitas ini dilakukan total skor tiap item yang mana apabila hasil korelasinya 0,7 maka dikatakan item tersebut memberikan tingkat reliabel yang cukup, dan jika dibawah 0,7 maka dapat diartikan item tersebut kurang reliabel (Sugiyono, 2012).

Sedangkan dalam penelitian kali ini tidak dilakukan Uji Validitas dan Uji Reabilitas karena keterbatasan waktu dalam penelitian dan juga bisa memenuhi point tidak dilakukannya uji tersebut. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur. Instrumen yang valid dan reliabel merupakan syarat untuk mendapat hasil penelitian yang valid dan reliabel pula. Namun tetap saja tidak berarti instrumen yang sudah teruji otomatis hasil datanya menjadi valid dan

reliabel. karena hal ini masih dipengaruhi oleh kondisi objek yang diteliti, dan kemampuan orang yang menggunakan instrumen. oleh karena itu peneliti harus bisa mengendalikan objek yang diteliti dan meningkatkan kemampuan dan menggunakan instrumen untuk mengukur variabel yang diteliti. Adapun alasan yang bisa diterapkan tidak perlunya dilakukan uji ini adalah :

1. Sudah memiliki responden yang jelas

   Responden yang digunakan sebagai sampel merupakan responden yang sering melakukan belanja pakaian, sehingga dalam penelitian ini berhubungan dengan materi *Sustainable Fashion*. Responden yang dituju juga merupakan orang terdekat sehingga sudah diketahui minat dari responden terhadap Fashion, responden juga memiliki rentan waktu yang masih muda sehingga banyak yang mengerti bahkan menggunakan produk *Fast Fashion*.

2. Mendesain info yang diperlukan untuk penelitian

   Kuesioner mewakili variabel yang akan di teliti dimana setiap variabel sudah diajukan pertanyaan yang dapat menjawab dari variabel, setiap variabel memiliki pertanyaan yang berhubungan dengan variabel tersebut. Contohnya dalam variabel respon maka ditanyakan pengetahuan terkait *sustainable fashion*. Pada variabel perilaku ditanyakan pengalaman atau sikap yang sudah dilakukan responden yang tentunya pertanyaan tersebut terkait *sustainable fashion*.

3. Kuesioner sudah sesuai dengan standar

   Kuesioner yang sudah sesuai degan standar merupakan kuesioner yang jelas dalam menyajikan pertanyaan, masuk akal, serta mudah dipahami oleh responden (Arikuntu, 2010).

### 3.4.2.5. Uji Normalitas Data

Sebelum dilakukan penelitian menggunakan Teknik statistik parametris, kenormalan data perlu di uji dahulu. Bila data tidak normal maka tidak dapat digunakan Teknik statistik parametris dan akan digunakan Teknik statistic non parametris yang mana metodenya akan berbeda dengan statistic parametris.

Uji normlitas digunakan untuk menguji apakah pada suatu model regresi, suatu variabel independent dan variabel dependen ataupun keduanya memiliki distribusi normal atau tidak normal (Ghozali,2016). Apabila data yang diuji bersifat tidak normal nantinya hasil uji statistikanya akan mengalami penuruan. Uji normalitas ini dapat dilakukan dengan menggunakan uji one sample Kolmogorov Smirnov, dimana ketentuannya apabila nilai signifikasinya diatas 5% atau 0,05 maka data termasuk berdistribusi normal, sedangkan apabila dibawah 5% atau 0,05 maka data tidak berdistribusi normal.

Dalam uji normalitas ini nantinya juga akan memungkinkan terjadinya data tidak normal, hal itu disebabkan seperti dari adanya kesalahan instrument dan pengumpulan data, sehingga menyebabkan data yang diperoleh menjadi tidak normal. Dan apabila sebuah data sudah benar benar valid namun tetap hasilnya tidak normal baru bisa dilakukan analisis dengan Teknik statistik nonparametris.

### 3.4.2.6. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dapat diartikan sebagai berikut :

(a) Dalam statistic sebagai pernyataan statistic tentang parameter populasi. Statistik disini merupakan ukuran ukuran yang dikenakan pada sampel, dan parameter adalah ukuran ukuran yang digunakan pada populasi. Maka hipotesis adalah taksiran terhadap parameter populasi melalui data data sampel.

(b) Dalam penelitian, hipotesis adalah sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian.

**a. Hipotesis Deskriptif**

Merupakan dugaan tentang nilai suatu variabel mandiri, tidak membuat perbandingan atau hubungan. Dalam deskriptif antara H0 Dan Ha (alternatif) selalu berpasangan dan antara H0 dan Ha pasti saling bertolak. Apabila H0 ditolak maka Ha pasti diterima. Dalam pengukuran hipotesis deskriptif digunakan metode T-Test 1 sampel dengan rumus t karena simpangan baku populasi tidak diketahui.

**b. Hipotesis Asosiatif**

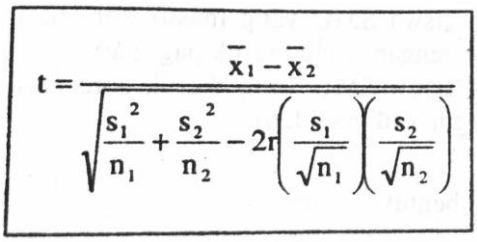
Hipotesis asosiatif merupakan suatu pernyataan yang menunjukan dugaan tentang hubungan antara dua variabel atau lebih. Dalam pengukuran hipotesis asosiatif dapat digunakan metode Korelasi Product Moment karena memiliki data yang parametris/normal. Korelasi Product Moment adalah Teknik yang mana digunakan untuk mencari ada atau tidaknya hubungan untuk dua variabel yang sama sama berbentuk interval atau ratio, dan sumber data keduanya sama (Sugiyono, 2012).

**c. Hipotesis Komparatif**

Merupakan pernyataan yang menunjukan dugaan nilai dalam satu variabel atau lebih pada sampel yang berbeda. Dalam pengukuran hipotesis komparatif dapat digunakan metode sebagai berikut ;

- T-test

  t-tes digunakan untuk menguji hipotesis komparatif rata rata dua sampel dan data yang disajikan berbentuk interval atau ratio. Dalam t-test untuk uji hipotesis komparatif 2 sampel ditunjukan pada rumus sebagai berikut untuk sampel yang berkorelasi :



$$t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{\sqrt{\frac{s_1^2}{n_1} + \frac{s_2^2}{n_2} - 2r\left(\frac{s_1}{\sqrt{n_1}}\right)\left(\frac{s_2}{\sqrt{n_2}}\right)}}$$

Gambar 5 Rumus T-Test Komparatif 2 Sampel

Dimana :

$X_1$ = Rata rata sampel 1

$X_2$ = Rata rata sampel 2

$S_1$ = Simpangan baku sampel 1

$S_2$ = Simpangan baku sampel 2

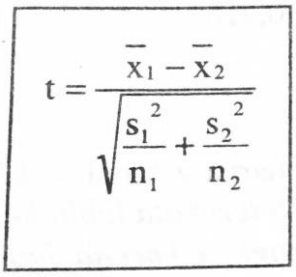
$S_1^2$ = Varians sampel 1

$S_2^2$ = Varians sampel 1

r = Korelasi antara 2 sampel (Sugiyono, 2007).

Sedangkan sample yang tidak berkorelasi dapat menggunakan t-test dengan terdapat dua rumus yang mana adalah sebagai berikut :

1) Rumus *Separated Varians*



$$t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{\sqrt{\frac{s_1^2}{n_1} + \frac{s_2^2}{n_2}}}$$

Gambar 6 Rumus T-test Separated Varians

Rumus diatas dapat digunakan jika :

- Jumlah anggota sampel sama dan data homogen
- Jumlah anggota sampel sama dan data tidak homogen
- Jumlah anggota sampel tidak sama dan data tidak homogen

2) Rumus *Polled Varians*

$$t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{\sqrt{\frac{(n_1 - n_2)s_1^2 + (n_2 - 1)s_2^2}{n_1 + n_2 - 2}\left(\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}\right)}}$$

Gambar 7 Rumus T-test Polled Varians

Rumus diatas dapat digunakan jika:

- Jumlah anggota sampel sama dan data homogen
- Jumlah anggota sampel tidak sama dan data homogen
- Jumlah anggota sampel sama dan data tidak homogen (Sugiyono, 2007).

- Anova

Analisis varians digunakan untuk dilakukan pengujian komparatif rata rata sampel bila datanya bersifat interval atau ratio. Analisis varians sendiri terdapat beberapa jenis, yaitu; analisis satu jalan dan analisis ganda/dua jalan. Analisis satu jalan digunakan untuk menguji hipotesis komparatif rata rata sampel apabila pada tiap sampel hanya terdiri atas satu kategori. Contohnya, dalam anova satu jalan ini terdiri tiga kelompok sampel tanpa ada kategori. Sedangkan anova ganda/dua jalan adalah analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis komparatif rata rata sampel jika tiap sampel memiliki dua atau lebih kategori. Contohnya, masing masing sampel terdiri atas dua kategori, yaitu kategori Wanita dan pria.

### 3.4.3. Pembahasan dan Penarikan Kesimpulan

Pembahasan akan dilakukan setelah dilakukan metode pengambilan data dan pengolahan data sehingga dapat diteliti lebih dalam tentang data data yang sudah didapat dengan metode diatas. Baik dari data primer maupun data sekunder. Kemudian dari dilakukan

pembahasan maka akan dapat ditarik kesimpulan yang mana disimpulkan berdasarkan pembahasan. Kesimpulan ini juga nantinya akan menjawab tujuan dari permasalahan yang sudah dijabarkan.

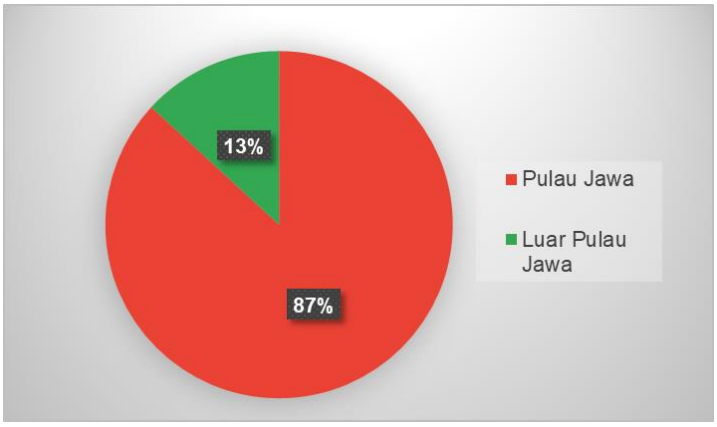
# BAB IV
# HASIL DAN PEMBAHASAN

## 4.1. Identitas Responden

Identitas responden merupakan bagian awal dari pengisian kuesioner, yang mana data identitas ini nantinya juga akan dijadikan pengukuran dalam analisis komparatif.

1. Asal Wilayah

   Asal wilayah disini dibedakan berdasarkan pulau yang ada di Indonesia, berdasarkan data yang didapat, telah diperoleh data sebagai berikut :

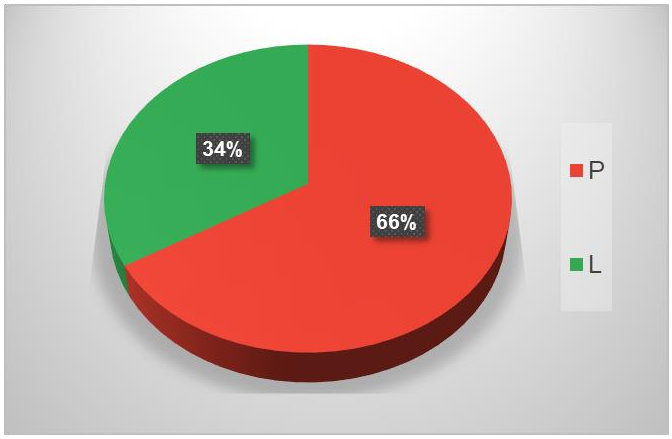



Gambar 8 Diagram Asal Wilayah Responden

Berdasarkan data yang ada, responden yang telah mengisi kuesioner ini paling banyak merupakan responden yang berdomisili di wilayah Pulau Jawa yang mencakup 132 reponden dari total 152. Dan untuk wilayah luar Pulau Jawa memiliki frekuensi responden sebanyak 20 orang. Maka dari data yang didapat diketahui responden yang mengisi dominan berasal dari Pulau Jawa, faktor ini terjadi karena penyebaran kuesiner yang dilakukan juga di Pulau Jawa, dan penyebaran dengan Teknik yang dilakukan adalah menyebarkan ke lingkungan sekitar yang mana orang terdekat juga dominan masyarakat Jawa.

2. Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh gambaran persentase responden berdasarkan jenis kelamin adalah sebagai berikut :



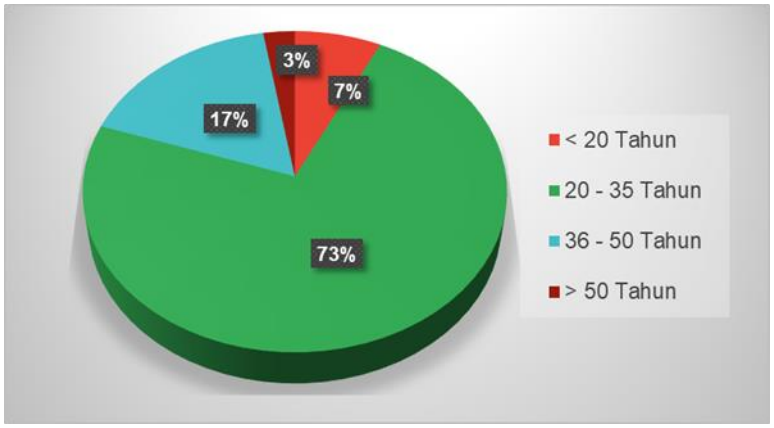

Gambar 9 Diagram Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan diagram lingkaran diatas dapat dilihat bahwa responden yang mengisi kuesioner dominan diisi oleh responden perempuan sebanyak 101 orang responden dan laki-laki sebanyak 51 orang responden.

Maka berdasarkan diagram tersebut dapat ketahui bahwa data yang didapat antara banyaknya jumlah laki laki dan perempuan yang mengisi kuesioner ini tidak signifikan karena jumlah responden perempuan lebih banyak. Responden berdeda secara signifikan antara laki laki dan perempuan

3. Umur

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh gambaran persentase responden berdasarkan umur adalah sebagai berikut :

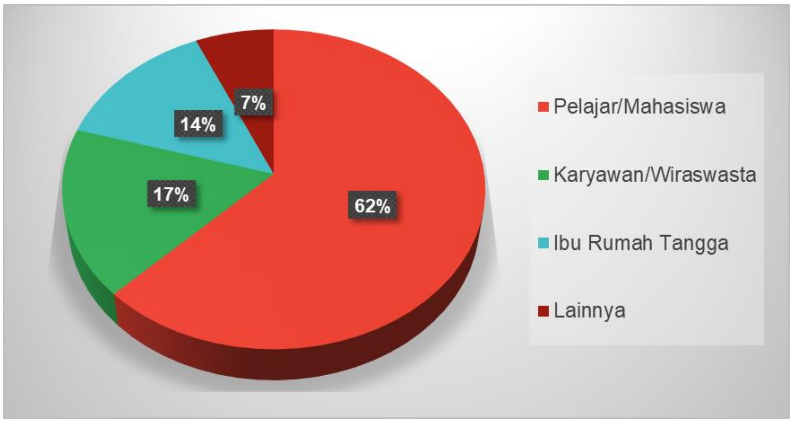



Gambar 10 Diagram Usia Responden

Berdasarkan diagram diatas, dapat diketahui berbagai usia yang mengisi kuesioner penelitian ini. Dimana paling banyak diisi oleh responden dengan rentan usia 20-35 tahun 111 orang responden, kemudian terdapat responden dengan rentan usia 36-50 tahun sebanyak 26 orang responden, responden dengan rentan usia <20 tahun yang 11 orang responden, dan rentan usia diatas 50 tahun 4 orang responden. Maka dominan yang mengisi adalah responden dengan usia 20-35 Tahun dimana didominasi oleh pelajar/mahasiswa yang mana sudah disesuaikan dengan pertanyaan poin Pekerjaan .

4. Pekerjaan

Untuk mengetahui jumlah responden yang mengisi kuesioner penelitian ini berdasarkan pekerjaan dapat dibedakan menjadi 4 pekerjaan, yaitu sebagai berikut :




Gambar 11 Diagram Jenis Pekerjaan Responden

Responden terbanyak adalah pelajar/mahasiswa yang mana dilambangkan dengan warna merah pada diagram sebanyak 95 orang responden, kemudian karyawan/wiraswasta 26 orang responden, ibu rumah tangga 21 orang responden, dan yang masuk kedalam Lainnya sebanyak 10 orang responden.

Maka dengan didapatkan paling banyak responden yang memilih pekerjaan Pelajar/Mahasiswa maka hal ini sudah sesuai dengan umur dimana umur terbanyak adalah umur rentan 20-35 Tahun yang mana sesuai dimana umur tersebut adalah kisaran umur untuk mahasiswa.

## 4.2. Hasil dan Pembahasan

### 4.2.1. Analisis Deskriptif

Dalam analisis deskriptif dibagi kedalam 4 tema besar yang mana masuk kedalam 3 variabel yang sudah ada. Tema tema tersebut adalah;

Tabel 5 Pembagian Tema Besar Tiap Variabel

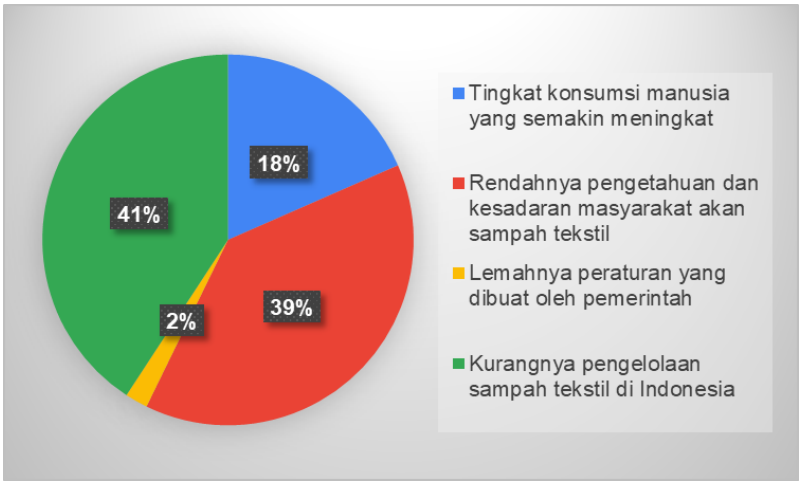
| Jenis Variabel | Tema Besar |
|---|---|
| Respon (X1) | Sampah Tekstil |
| | *Fast Fashion* |
| Perilaku (X2) | Faktor Perlunya Dilakukan *Sustainable Fashion* |
| *Sustainable Fashion* (Y) | Kegiatan *Sustainable Fashion* |

A. Variabel Respon

- Tema Sampah Tekstil

1. Dampak Negatif dari Sampah Tekstil

Pada respon masyarakat terhadap dampak negatif dari sampah tekstil didapatkan data frekuensi sebagai berikut:




Gambar 12 Diagram Dampak Negatif Sampah Tekstil

Maka dapat disimpulkan responden telah menjawab paling banyak pada poin jawaban Kurangnya pengolahan sampah telstil di Indonesia. Untuk perhitungan lebih lanjut terkait dampak negatif sampah tekstil ini dapat dilihat pada Lampiran 1. Pada pertanyaan poin ini dampak yang paling dominan dari hasil jawaban responden adalah Kurangnya pengelolaan sampah tekstil di Indonesia yang mana berdasarkan dengan fakta yang ada dimana masih banyak masyarakat yang tidak melakukan kegiatan pengelolaan sampah tekstil karena tidak terbiasa melakukannya. Dan banyak juga masyarakat yang tidak paham bagaimana harus mengelola sampah tekstil yang ada, khususnya sampah tekstil yang ada dirumah, seperti pakaian pakaian lama, yang mana bagi orang awam juga dapat melakukan pembuangan sampah sampah tersebut hanya ke pembuangan sampah biasa atau menumpuk di lemari.

Menurut penelitian Leman dkk (2020) dari kegiatan tersebut sampah sampah tekstil akan tetap berakhir di TPA yang mana zat kimia berbahaya dari sampah tekstil akan keluar dan masuk kedalam tanah hingga air yang menggenang di tempat pembuangan. Hal tersebut akan memberi penilaian kepada masyarakat tidak bisa melakukan pengelolaan sampah tekstil. Namun di Indonesia sendiri telah berdiri beberapa perusahaan juga yang melakukan pengelolaan

sampah tekstil seperti melakukan pembuatan ulang benang baru yang nantinya dapat menjadi kain dari sumber sampah tekstil yang diambil dari berbagai pabrik tekstil/Gudang produksi pakaian. Tetapi beberapa startup yang ada hanya mengelola dalam skala besar sehingga mereka hanya menerima sampah sampah tekstil tersebut dari industry tekstil, bukan dari perorangan.

2. Pengertian Sampah Tekstil

Pada poin ini didapatkan respon masyarakat terhadap pengetahuan pengertian sampah tekstil dalam bentuk persentase seperti pada diagram lingkaran berikut :



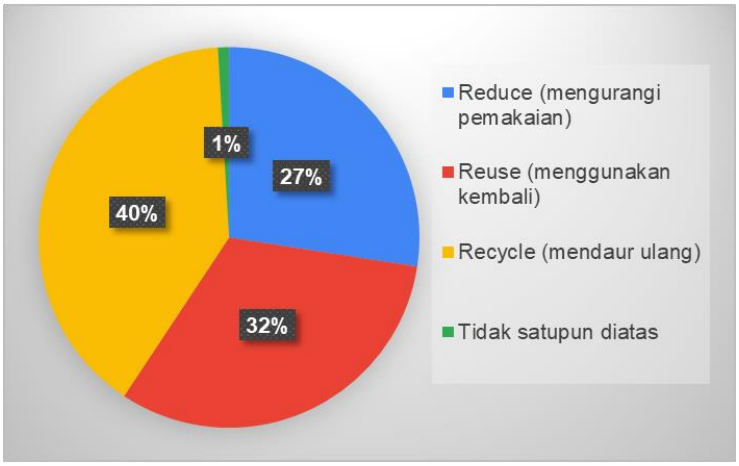

Gambar 13 Diagram Pengertian Sampah Tekstil

Untuk perhitungan lebih lanjut terkait pengertian sampah tekstil ini dapat dilihat pada Lampiran 2. Adapun pengertian sampah tekstil menurut para ahli antara lain, sampah tekstil adalah Limbah yang banyak senyawa organic dan berasal dari proses pewarnaan hingga penyempurnaan bahan tekstil. Serta bahan pengotor yang terkandung dalam limbah tekstil berupa bahan yang tersuspensi, warna, serta senyawa yang mudah teroksidasi (Al-Kdasi dkk, 2004). Kemudian dengan karakteristik sampah tekstil yang banyak merugikan lingkungan seperti, menimbulkan penyakit, sulit untuk didegradasi dan sulit menyatu kembali dengan lingkungan alam, pencemaran udara, hingga merusak biota yang ada di tanah dan dapat menyebabkan banjir. Sehingga menjadikan sampah tekstil

menjadi bahan yang tidak memiliki nilai atau tidak berharga pada proses pembuatan, atau barang yang rusak dan cacat serta sisa sisa saat proses produksi.

3. Penanganan Sampah dengan 3R

Dengan output SPSS juga didapatkan analisis frekuensi penanganan sampah 3R  Adapun detail dari pengolahan sampah. Dapat dilihat besaran persentase pada prinsip 3R ini dapat dilihat melalui diagram lingkaran dibawah ini :




Gambar 14 Diagram Penanganan Sampah 3R

Untuk perhitungan lebih lanjut terkait penanganan sampah dengan 3R ini dapat dilihat pada Lampiran 3.Dengan dilihat dari pengetahuan responden yang mana paling banyak mengetahui pengelolaan sampah dari prinsip 3R adalah dengan mendaur ulang, hal tersebut sesuai dengan hasil yang dilakukan oleh beberapa penelitian dimana mendaur ulang sudah banyak diketahui di kalangan masyarakat Indonesia.

Seperti pada penelitian Novita (2016) yang dijelaskan bahwa tingkat kesadaran masyarakat dalam mengimplementasikan daur ulang meningkat relative di berbagai daerah maupun negara. Hasil daur ulang tersebut salah satunya yaitu beranekaragam hasil kebutuhan rumah tangga yang dihasilkan dari konvensi limbah tekstil yang beraneka ragam. Hal ini juga diimbangi dengan besar

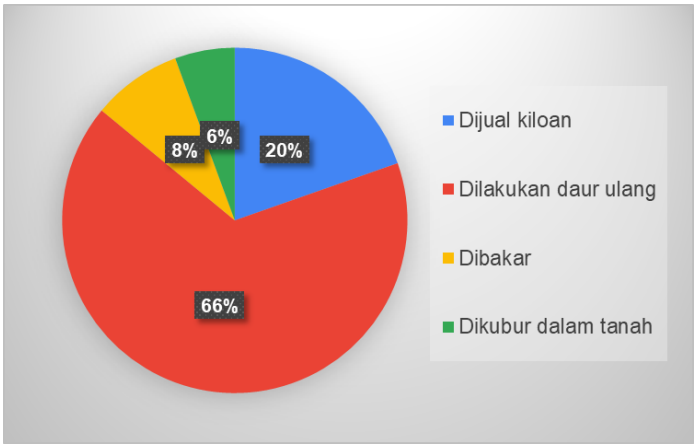
permintaan pasar akan produk daur ulang dari limbah, bahkan sudah banyak negara mencantumkan label produk yang berasal dari material daur ulang menjadi prioritas serta kebanggaan tersendiri bagi para pembelinya. Yang mana artinya dari masyarakat sendiri sengaja membeli produk kerajinan tersebut sebagai apresiasi dan dukungan terhadap penyelamatan lingkungan. Dengan sering ditemukannya daur ulang limbah tekstil seperti menjadi beberapa kebutuhan rumah maka hal tersebut sudah lebih familiar dikalangan masyarakat bahwa sampah kain tekstil bisa dimanfaatkan menjadi barang kebutuhan rumah tangga, seperti sarung gallon, serta sarung bantal.

Kemudian untuk penanganan daur ulang di Indonesia sendiri antara lain melalui penanganan pada pt, seperti pada pt SuperBtex yang mana mengelola limbah tekstil dengan skala yang besar, dalam pt ini mengelola limbah tekstil dengan menjadikan limbah tekstil menjadi velt yang dapat berfungsi sebagai peredam suara, pengganti busa, peredam panas jika dalam bentuk lembaran, serta menjadi dakron jika hanya bisa sampai proses setengah jadi, serta bisa juga menjadi keperluan otomotif seperti atap mobil, karpet mobil sebagai peredam getaran dan suara, doortrim, hingga dasbord. dan untuk proses yang ada dalam pt tersebut antara lain; sortir, cutting, mixing agar warnanya rata, terring atau proses pencabikan kain dan menjadi seperti kapas atau bahan setengah jadi, dan yang terakhir adalah ballpress yang mana 1 ball beratnya mencapai 300kg.

Sedangkan pada penelitian lain, Siti Aisyah (2020) menjelaskan pula bahwasannya limbah tekstil, terutama dari kain *lace* bahkan bisa dijadikan busana balita yang bisa menjadi upaya pengolahan limbah tekstil, seperti kain *lace* ini yang mana juga memiliki nilai jual yang tinggi.

4. Penanganan Sampah Tekstil yang Ada di Indonesia

Dengan dilakukan analisis data melalui SPSS akan akan dapat diketahui nilai frekuensi persentase dari masing masing jawaban responden, seperti pada diagram dibawah ini :




Gambar 15 Diagram Penanganan Sampah Tekstil di Indonesia

Untuk perhitungan lebih lanjut terkait Penanganan Sampah Tekstil di Indonesia ini dapat dilihat pada Lampiran 4. Sedangkan berdasarkan informasi yang diberikan oleh salah satu perusahaan swasta penanganan sampah tekstil di Indonesia mengatakan bahwa di Indonesia sendiri, khususnya di daerah pulau jawa yang telah dikunjungi perusahaan tersebut, masih terdapat pabrik tekstil yang juga melakukan penguburan sampah tekstil dalam tanah namun tidak banyak masyarakat yang mengetahui fakta tersebut.

Dilakukan daur ulang memang sudah umum banyak diterapkan di Indonesia, wajar apabila responden merasa paling banyak penanganan yang dilakukan untuk menyikapi sampah tekstil adalah dengan didaur ulang. Masyarakat juga semestinya sudah sering familiar dimana pemanfaatan sampah tekstil seperti kain perca dapat dijadikan keset kaki, lap dapur, tutup gallon, hingga sarung bantal, tas, dan kotak pensil. Dan juga seperti perusahaan pengelolaan sampah tekstil yang sebelumnya sudah dibahas, mereka juga tidak hanya menghasilkan benang dan kain jadi, namun juga menghasilkan dacron yang mana nantinya dapat dijadikan isi bantal/boneka.

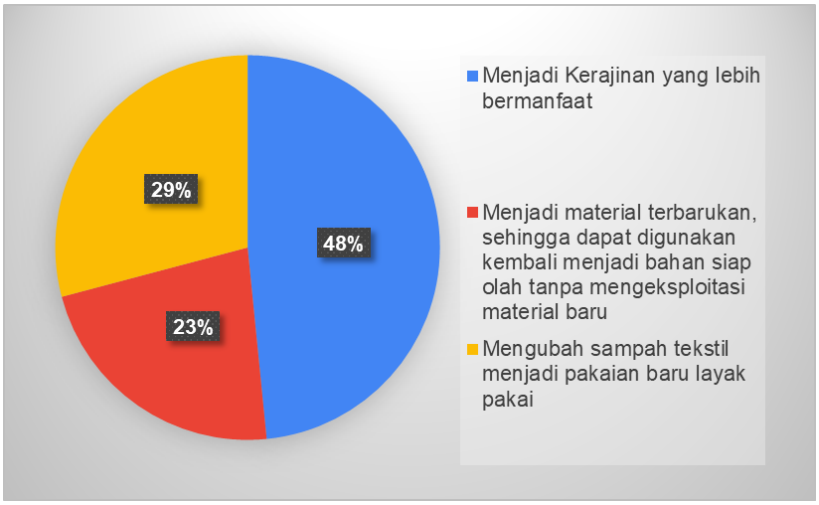
Dijual kiloan juga sudah tidak asing lagi bagi beberapa masyarakat. Bahkan di salah satu mengolahan sampah tekstil mereka juga melakukan penjualan kiloan bagi sampah tekstil yang tidak bisa didaur ulang seperti kancing dan beragam aksessoris lainnya pada pakaian. Di Indonesia juga sering diadakan event dari beberapa komunitas lingkungan yang mana membantu masyarakat mengumpulkan sampah pakaian yang sudah tidak terpakai namun masih layak pakai dan dikilokan agar menghasilkan uang.

Kemudian untuk sampah yang dibakar, apabila sampah tersebut mengandung plastic seperti bahan sintetis polyester, nylon, dan acrylic, maka hasil pembakaran akan menyebabkan pencemaran udara dan menyebabkan emisi karbon dioksida tinggi, sehingga bahaya bagi kesehatan karena mudah terhirup dan keracunan $CO_2$ lalu dapat berakibat kekurangan kesadaran hingga pingsan.

Dan untuk penanganan sampah tekstil dengan dikubur dalam tanah, itu juga merupakan hal yang menimbulkan dampak negatif, karena adanya bahan kimia dari proses pewarnaan dan dari bahan pakaian apabila mengandung plastik dan bahan bahan tersebut masuk ke tanah dan apabila terbawa air hujan akan masuk ke air tanah dan air tanah akan beracun dan berbahaya bagi masyarakat sekitar, kemudian dari air tanah yang tidak berkualitas tersebut juga nantinya akan menimbulkan menurunnya tingkat kesuburan tanah.

5. Hasil Daur Ulang Sampah Tekstil

Pada respon masyarakat dalam hasil daur ulang sampah tekstil seperti apa yang responden ketahui Dengan analisis data melalui SPSS didapatkan nilai persentase sebagai berikut :




Gambar 16 Diagram Hasil Daur Ulang Sampah Tekstil yang Ditemukan

Maka dapat disimpulkan bahwa jawaban persentase paling besar adalah Menjadi kerajinan yang lebih bermanfaat, faktor yang mendukung karena diketahui banyak responden sudah banyak yang mengerti barang dari kerajinan daur ulang sampah tektil yang ada di pasaran dan dijual belikan, contohnya seperti kain perca yang dimanfaatkan dijadikan kerajinan tas hingga dijadikan kerajinan menjadi keset kaki. Untuk perhitungan lebih lanjut terkait hasil daur ulang sampah tekstil ini dapat dilihat pada Lampiran 5.

Berdasarkan pengetahuan masyarakat yang paling banyak tahu perihal hasil daur ulang sampah tekstil adalah dimanfaatkan menjadi kerajinan sama dengan apa yang dijelaskan pada penelitian Novita (2016), dimana dijelaskan bahwa pemanfaatan limbah tekstil dengan mengelola menjadi kerajinan seperti sarung galon, sarung bantal, hingga alas untuk kaki sudah banyak beredar di kalangan masyarakat sehingga sudah banyak masyarakat yang mengetahui dan menggunakan.

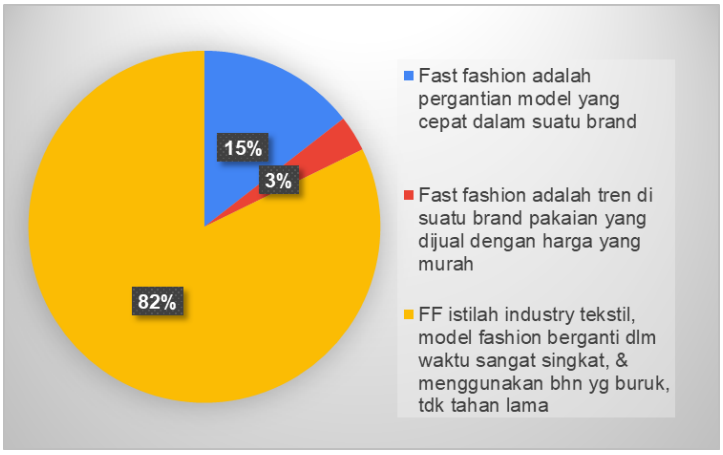
Sedangkan pada opsi poin jawaban mengolah kembali menjadi material terbarukan, lebih sedikit dipilih oleh responden, karena masyarakat memang belum banyak mengetahui hal tersebut, salah satunya terbukti pada hasil wawancara saat seminar dengan salah

satu perusahaan pengelola sampah tekstil, yang mana proses yang mereka lakukan dalam mengubah sampah tekstil menjadi benang dan kain tekstil terbarukan memang hanya mereka lakukan dengan mengambil sampah sampah tekstil dari pabrik tekstil dan produksi pakaian, sehingga masyarakiat tidak banyak yang mengetahui secara umum akan adanya pengelolaan seperti itu.

Dan untuk mengubah sampah tekstil menjadi pakaian yang baru layak pakai memang jarang dilakukan karena lebih banyak masyarakat yang mengarah ke memanfaatkan menjadi barang keperluan rumah tangga bukan yang digunakan langsung dengan tubuh manusia, sedangkan apabila bisa diolah sampah tekstil menjadi pakaian bisa menjadi nilai jual yang tinggi, seperti pada penelitian Siti Aisyah dkk (2020) yang mana mengatakan bahwa apabila dilakukan recycle sampah kain tekstil menjadi pakaian baru bahkan dapat memiliki nilai jual yang tinggi, seperti pada bahan *lace* dan juga *tulle* yang mana dalam penelitiannya sampah tekstil dari bahan tersebut dimanfaatkan menjadi bahan dari busana pesta untuk balita perempuan.

- Tema *Fast Fashion*

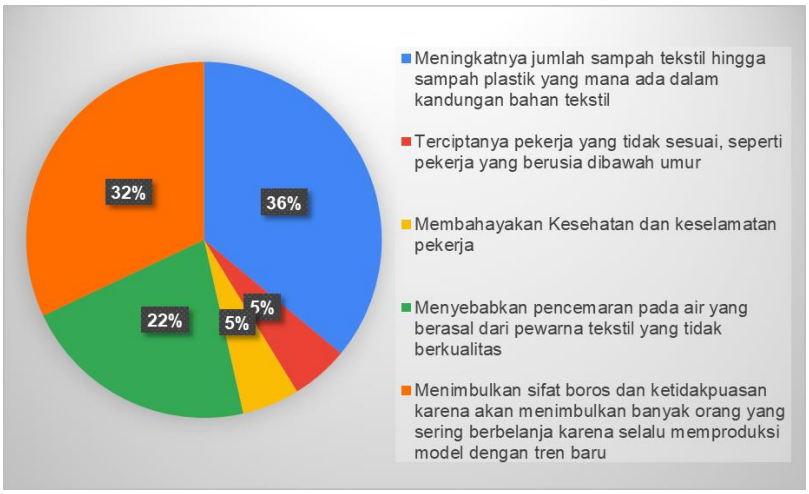
1. Pengertian *Fast Fashion*




Gambar 17 Diagram Pengertian Fast Fashion

Untuk perhitungan lebih lanjut terkait Pengertian fast fashion ini dapat dilihat pada Lampiran 6. Adapun pengertian *Fast Fashion* menurut beberapa ahli, antara lain, pertama menurut Hu dkk (2014) mengatakan bahwa *Fast Fashion* dapat dikatakan sebagai mode cepat dalam fashion, dimana sebuah tren baru dari industri fashion yang menciptakan berbagai jenis model baru pada jangka waktu setiap bulan dengan kuantitas yang tidak sedikit. Dan dalam penjelasan Christopher dkk (2004) juga dikatakan bahwa *Fast Fashion* dapat memiliki seperti 20 musim dalam setahun. Maka garis besarnya seperti yang diartikan oleh Flecher (2007) bahwa *Fast Fashion* akan selalu mengikuti tren yang ada dan menghasilkan banyak perubahan. Maka dapat disimpulkan dari jawaban yang paling banyak responden jawab mengenai pengertian *Fast Fashion* sudah sesuai dengan fakta yang ada di lapangan. Dimana salah satu industri tekstil juga akan memproduksi dalam jumlah besar dan dalam waktu yang singkat. Berdasarkan fakta dari Zeitgeist sebagai salah satu merek streetwear di Seattle juga mengatakan bahwa fast fashion juga memiliki tujuan untuk mempercepat proses desain dan produksi hingga waktu 2 minggu saja.

2. Dampak dari *Fast Fashion*




Gambar 18 Diagram Dampak Fast Fashion

Untuk perhitungan lebih lanjut terkait Dampak dari *fast fashion* ini dapat dilihat pada Lampiran 7. Berdasarkan hasil penilaian dari responden paling banyak menjawab akan menimbulkan sampah tekstil yang bertambah, hal tersebut benar adanya karena menurut wawancara dari Pable.id dimana mereka adalah perusahaan pengelola sampah tekstil yang melakukan pengolahan ulang kain kain bekas menjadi benang dan kain terbarukan, mereka merasakan adanya peningkatan jumlah sampah tekstil pada tiap tahunnya yang masuk kedalam pengolahan mereka. Dan dengan adanya *Fast Fashion* yang menciptakan model pakaian dengan cepat berganti, akan menimbulkan sifat masyarakat yang terus menerus malakukan belanja pakaian yang mana menjadi boros, hal tersebut diakui oleh 32% responden yang mengetahui dampak dari *Fast Fashion* ini akan mendorong manusia menjadi boros.

Dampak *Fast Fashion* lainnya salah satunya juga menimbulkan pencemaran pada air yang berasal dari pewarna tekstil yang tidak berkualitas. Dalam penelitian Leman dkk (2020) juga dijelaskan bahwasannya *Fast Fashion* bisa menimbulkan pencemaran air, kerusakan lingkungan karena penggunaan bahan kimia beracun. Hal tersebut disebabkan karena bahan yang beracun akan lebih murah dan dapat di produksi dengan cepat, sehingga dalam beberapa proses seperti pemberian warna, cetakan gambar, dan finishing produk biasanya mengandung bahan yang beracun. Kasus dari pencemaran air juga sudah perna terjadi di sungai Citarum Jawa Barat dimana digunakan sebagai tempat pembuangan yang mana hingga air pada sungai tersebut mengandung timah hitam, merkuri, arsenic yang mana merupakan bahan beracun yang sulit terdeteksi karena tidak berbau tidak berasa, tidak warna, dan nonylphenol yang mana itu adalah perwarna yang bahkan sudah dilarang dari Uni Eropa karena implikasi lingkungannya. Pada penelitian Nidia dkk (2020) juga dijelaskan bahwa bahaya yang akan terjadi akan dibutuhkan banyak

air pada penanaman kapas sehingg amembutuhkan pasokan air yang sangat besar dan juga nantinya membutuhkan pestisida yang mencemari lingkungan. Menurut penelitian ini juga pewarna tekstil menghasilkan limbah yang nantinya sangat berbahaya dan mecemari air yang mana juga akan berujung ke pencemaran tanah.

Dalam poin ini juga perlu dipahami dimana responden paling sedikit salah satunya menjadwab Membahayakan Kesehatan dan keselamatan para pekerja. Yang mana faktanya dalam industri *fast fashion* sendiri, pekerja sangat berdampak seperti penghasilan pekerja yang tidak sesuai dengan jam kerja. Berdasarkan fakta dari Zeitgeist sebagai salah satu merek streetwear di Seattle menyatakan bahwa dalam surveu fashion checker tahun 2020 menemukan 93% merek fast fashion tidak membayar pekerja garmen dengan upah yang layak, bahkan sebagian besar pekerja adalah perempuan. Hal tersebut bisa terjadi karena pabrik pabrik fast fashion berada di negara berkembang yang dapat menyediakan tenaga kerja murah dengan hak pekerja dan peraturan yang sangat terbatas. Dan salah satu negara pengecer fast fashion juga memperkerjaan pekerja dari negara berkembang seperti Indonesia. Bahkan mereka juga menjelaskan bahwa produk berkelanjutan yang ditawarkan oleh merek *fast fashion* sebenarnya tidaklah sustainable. Taktik pemasaran *greenwashing* ini dirancang untuk meningkatkan citra merek dan menciptakan daya Tarik yang lebih kuat lagi bagi pembeli yang sadar akan berkelanjutan tetapi didorong secara finansial.

Kemudian terciptanya pekerja yang tidak sesuai, disini maksudnya adalah pekerja yang mana jam kerjanya melebihi jam standar pekerja sesuai dengan UU no 13 tahun 2003 pasal 77ayat 1 dimana 7 jam kerja untuk 6 hari kerja/8 jam kerja untuk 5 hari kerja. selanjutnya dapat membahayakan kesehatan pekerja, dimana dengan jam kerja yang melebihi standar dan pekerja di push terus menerus akan menyebabkan pekerja kelelahan dan dapat mengalami

kecelakaan kerja karena lelah ataupun mengantuk. serta dengan produksi 6x lebih banyak dari biasanya, industri fast fashion tentunya juga akan meciptakan sifat yang boros bagi para customernya karena dengan adanya produk mereka yang baru customer akan berbelanja pakaian bukan karena kebutuhan namun karena mereka memang ingin membelinya secara cuma cuma.

- Penilaian Tingkatan Variabel Respon

  Selanjutnya dilakukan pengkategorian pada variabel respon, sehingga dapat diketahui berapa nilai respon dari masyarakat Indonesia terhadap *Sustainable Fashion* di Indonesia, dengan menggunakan analisis statistic deskriptif, didapatkan nilai mean, dan standar deviasi, yang mana nilai tersebut didapatkan dari hasil analisis jumlah skor total Variabel Respon yang didalamnya terdapat tema besar Sampah Tekstil dan *Fast Fashion*. Adapun detail nilai tersebut dapat dilihat dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 6 Statistic deskriptif variabel respon

| **Statistics Respon** | |
|---|---|
| **Komponen** | **Nilai** |
| N | 152 |
| Mean | 14,52 |
| Std. Deviation | 3 |

Dengan didapatnya nilai statistic diatas, maka dapat dilakukan pengkategorian tingkat respon dengan kategori sebagai berikut :

Tabel 7 Tingkatan Respon

| **Kategori** | **Ketentuan** | **Nilai Yang Didapat** |
|---|---|---|
| Kurang Baik | $X \leq M\text{-}1(SD)$ | $X \leq 11$ |
| Baik | $M\text{-}1(SD) \leq X \leq M+1(SD)$ | $11 \leq X \leq 18$ |
| Sangat Baik | $M+1SD \leq X$ | $18 \leq X$ |

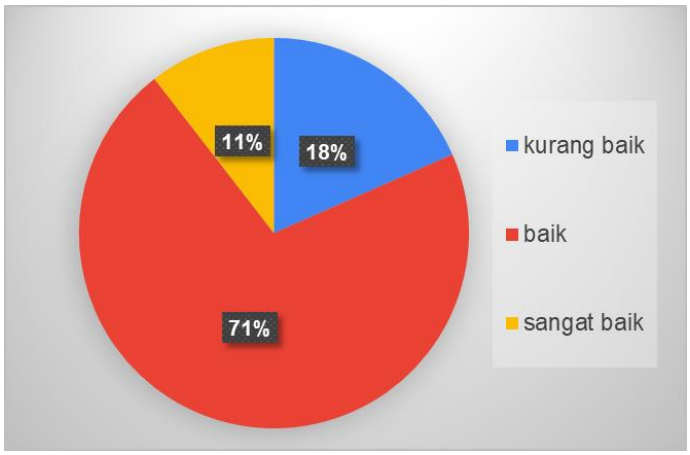
Adapun ketetuan dari tabel diatas adalah sebagai berikut :

X = Jumlah Skor Total Respon

M = Mean (Rata-rata)

SD = Standar deviasi

Maka berdasarkan nilai yang didapat sesuai dengan tabel diatas, didapatkan nilai persentase pada setiap tingkatan sebagai berikut :




Gambar 19 Tingkatan Kategori Variabel Respon

Untuk perhitungan lebih lanjut terkait tingkatan kategori variabel respon ini dapat dilihat pada Lampiran 8. Dengan persentase paling banyak dari seluruh responden, sudah ada 71% masyarakat yang merespon baik dan 11% masyarakat merespon dengan sangat baik terkait *Sustainable Fashion* yang mana dua poin ini masuk kedalam penilaian kategori positif. Setelah mengetahui respon baik yang didapat, nantinya hasilnya dapat dibandingkan dengan perilaku yang ada sehingga dapat diketahui apakah respon yang baik akan menghasilkan perilaku yang baik pula atau bahkan sebaliknya. Namun apabila respon yang baik tidak menghasilkan perilaku yang baik, maka karena dalam respon berisikan terkait pengetahuan dan pengalaman. Dan perilaku adalah bentuk nyata berupa tindakan dari masyarakat yang mana terbentuknya perilaku ada disebabkan oleh beberapa faktor(internal dan eksternal) yang mana sama halnya bila masyarakat mengetahui suatu pengetahuan dan mereka punya ilmu

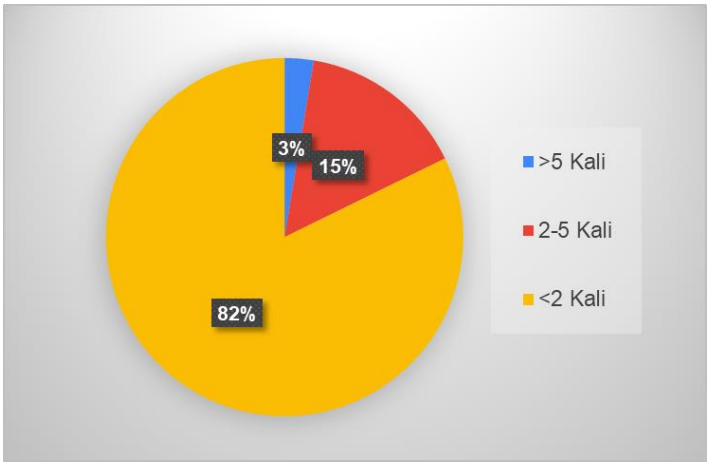
tersebut, belum tentu mereka mau mengaplikasikan secara nyata (perilaku) bisa jadi karena memang dari diri mereka sendiri yang tidak mau atau faktor lingkungan yang tidak mendukung, atau bahkan karena kurangnya ekonomi yang menuntun mereka tidak melakukan itu.

B. Variabel Perilaku

- Tema Faktor Perlunya dilakukan *Sustainable Fashion*

1. Jumlah Berbelanja Pakaian dalam Sebulan

   Pada analisis statistic didapatkan persentase yang dapat dilihat secara keseluruhan melalui diagram lingkaran dibawah ini :




Gambar 20 Diagram Banyaknya Belanja Pakaian Dalam Sebulan

Untuk perhitungan lebih lanjut terkait Jumlah belanja pakaian dalam sebulan ini dapat dilihat pada Lampiran 9. Dengan dilihat berdasarkan jawaban responden yang mana memilih berbelanja dalam sebulan kurang dari 2 kali maka hal tersebut bernilai positif dimana responden dapat megambil sikap bijak bahwa berbelanja pakaian tidak perlu terlalu sering, ditambah lagi apabila hal tersebut buka hal yang wajib diharuskan yang mana hanya akan menciptakan sifat boros pada manusia. Namun dalam penelitian Muazimah (2020) dijelaskan secara umum generasi saat ini banyak yang bekerja dengan tujuan membeli dan menyimpan semua barang dan menghabiskan lebih banyak waktu sendiri yang mana hal tersebut

berujung pada memenuhi kebutuhan yang dirasa harus dipenuhi. Salah satunya berujung pada belanja yang dilakukan terus menerus dan menyebabkan pemborosan. Dan banyak juga anak muda yang bekerja keras bahkan hanya untuk bisa membeli baju, tas, dan sepatu yang terus baru dan baru. Sehingga dengan penelitian ini, dapat ditarik kesimpulan bahwa faktor ekonomi juga akan berpengaruh apabila masyarakat suka berbelanja.

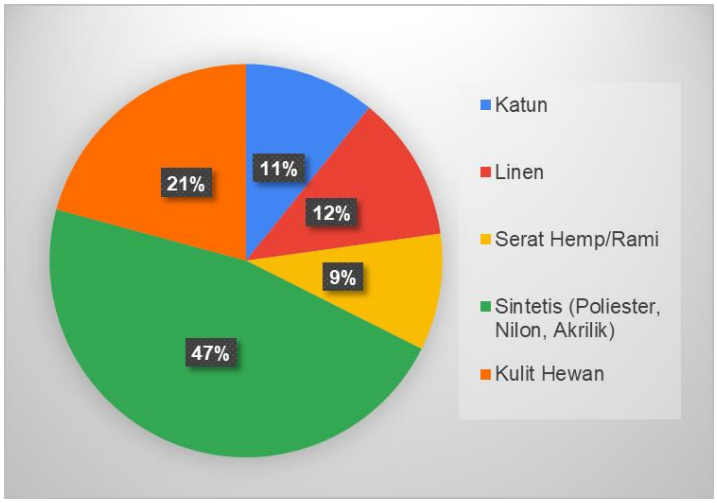
Ditambah dengan pandemic Covid-19 seperti saat ini yang mana menurut penelitian Permana dkk (2020) bahkan belanja online melalui E-commerce sudah menjadi hobi bagi Sebagian orang, karena orang orang harus melakukan aktifitasnya yang banyak dari rumah sehingga meningkatkan jumlah kebutuhan yang harus dibeli terus menerus, dengan tidak ada kegiatan atau aktifitas yang padat diluar juga terkadang menjadi faktor masyarakat menjadi senang melakukan belanja online secara cuma cuma. Bahkan belanja pakaian yang seperti dilihat pada masa pandemic tidak terlalu dibutuhkan untuk berganti ganti karena lebih sedikit aktifitas diluar rumah, namun tetap saja banyak masyarakat yang masih sangat senang melakukan belanja pakaian secara cuma cuma hanya karna pakaian tersebut sedang tren atau menarik bagi si customer. Dalam penelitian ini pada beberapa e-commers terdapat peningkatan yang signifkan pada tahun 2020 dan terjadi peningkatan sebanyak 38% untuk pembelian barang di e-commers. Pada penelitian ini juga dijelaskan bahwa saat pandemic Covid-19 ketertarikan masyarakat dalam menggunakan e-commers meningkat dan itu dapat berujung ke meningkatnya peminat masyarakat dalam berbelanja.

2. Bahan Tekstil yang Berbahaya

Dengan diberikan pertanyaan terkait bahan yang berbahaya maka dapat dikethui nantinya apakah masyarakat dalam berbelanja juga mementingkan kualitas barang baik untuk kenyamanan atau Kesehatan dan juga lingkungan, dengan masyarakat yang mengerti

bahan yang baik dan yang buruk maka akan menciptakan sikap masyarakat yang membawa hal positif bagi lingkungan. Pada pertanyaan ini berbentuk ceklisbox dimana responden dapat menjawabnya dengan memilih lebih dari satu jawaban.

Dari jawaban masyarakat yang jika mengarah ke jawaban bahan yang tidak ramah lingkungan, maka dari situ nantinya bisa diambil kesimpulan (contoh) perlu diterapkan *Sustainable Fashion*, *Sustainable Fashion*nya seperti memilah kembali pakaian/sesuatu barang yang dibeli dengan melihat bahan bakunya, memilih bahan baku yang ramah lingkungan dan mementingkan kelanjutan bahan tersebut akan jadi seperti apa, contohnya apabila bahan tekstil dari kulit hewan, maka akan berdampak pada jumlah populasi hewan tersebut dan kehidupan hewan tersebut. Dengan dilakukan analisis deskriptif dari data pertanyaan ini, maka didapatkan nilai persentase yang dapat dilihat pada diagram berikut :




Gambar 21 Diagram Bahan Tekstil yang Tidak Ramah Lingkungan/Berbahaya

Berdasarkan jawaban yang dipilih oleh masyarakat banyak yang benar, seperti menjawab bahan sintesis dan kulit hewan, dimana dua opsi tersebut adalah yang memiliki nilai frekuensi persentase terbesar. Untuk perhitungan lebih lanjut terkait bahan tekstil berbahaya atau tidak ramah lingkungan ini dapat dilihat pada

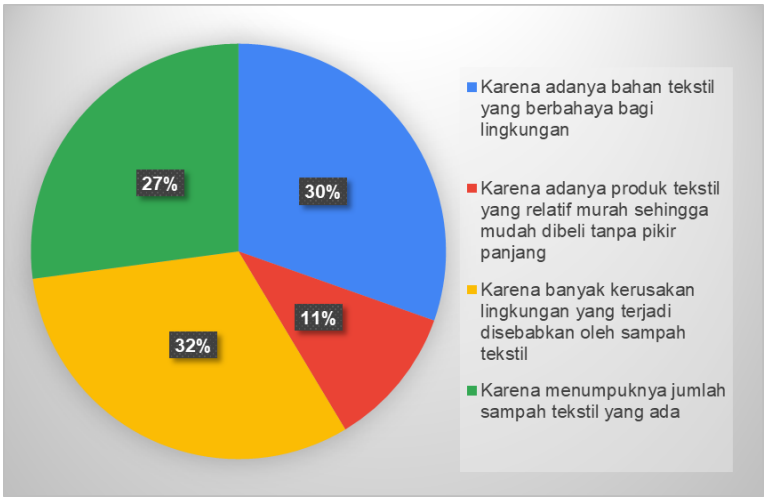
Lampiran 10. Namun masih terdapat responden yang menjawab linen dan hepm sebagai bahan yang tidak ramah lingkungan, sedangkan pada dasarnya kedua jenis bahan tekstil tersebut merupakan bahan yang ramah lingkungan dengan bahan dasar kain linen dari serat tumbuhan flaks dan bahan dasar serat hemp dari rami yang berasal dari tanaman *Cannabis sativa*.

Berdasarkan hasil yang didapat dari jawaban responden banyak yang sudah mengetahui bahan berbahaya yang ada dikain, yaitu bahan sintetis, dimana bahan sintetis salah satunya adalah bahan poliester. Sedangkan menurut Leman (2020) dalam industri fashion juga sudah umum digunakan bahan poliester. Poliester sendiri dibuat dengan bahan dasar plastic yang terbuat dari minyak bumi, yang mana saat dicuci kain berbahan poliester ini akan mengeluarkan mikrofiber yang dapat menambah kadar plastic di laut. Mikrofiber yang sulit diurai akan memberikan pengaruh yang buruk bagi makhluk hidup. Makhluk hidup tersebut berbentuk seperti plankton akan mengkonsumsi mikrofiber tersebut dan hal ini menjadi salah satu dampak buruk yang nantinya akan berujung ke manusia juga karena dapat menjadi rantai makanan dari plankton hingga ke hewan laut yang nantinya bisa dikonsmsi manusia. Kemudian selain poliester juga terdapat bahan nilon yang mana pada dasarnya juga terbuat dari plastic dan sangat sulit terurai. Dan kedua bahan tersebut akan diputihkan, dicelup, dan dicetak dengan bahan kimia selama proses produksi, kemudian apabila bahan kain kain tersebut sudah ada di TPA, bahan kimianya akan larut kedalam tanah dan air tanah yang ada di Kawasan TPA.

Pada poin ini sudah banyak responden yang mengerti jenis bahan seperti apa yang tidak ramah lingkungan, dengan harapan dengan adanya ilmu yang mereka ketahui maka mereka melakukan alternatif dengan tidak membeli dan menggunakan bahan tersebut dalam pakaiannya. Karena Berdasarkan fakta dari Zeitgeist sebagai

salah satu merek streetwear di Seattle, menjelaskan bahwa setiap bahan sintetis hingga jaket bulu apabila dicuci akan melepaskan potongan potongan kecil plastic yang tak terhitung jumlahnya. Sehingga itu menjadi tanggung jawab yang besar bagi industri fashion atas lebih dari sepertiga total mikroplastik di lautan. Kain sintetis atau bulu palsu secara alami akan melepaskan partikel kecil saat dipakai dan dicuci, sehingga saat dicuci seharusnya juga perlu dipasang filter microfiber di mesin cuci.

3. Pertimbangan Perlunya Dilakukan *Sustainable Fashion*




Gambar 22 Diagram Pertimbangan Perlunya Dilakukan *Sustainable Fashion*

Maka dapat disimpulkan bahwa pertimbangan perlunya dilakukan *Sustainable Fashion* khususnya di indonseia menurut masyarakat Indonesia adalah Karena adanya bahan tekstil yang berbahaya bagi lingkungan dan poin jawaban karena banyak kerusakan lingkungan yang terjadi disebabkan oleh sampah tekstil. Untuk perhitungan lebih lanjut terkait pertimbangan perlunya dilakukan *sustainable fashion* ini dapat dilihat pada Lampiran 11.

Dalam pertanyaan ini responden berpendapat bahwa banyaknya kerusakan lingkungan yang akan terjadi karena sampah tekstil sehingga alasan tersebut dapat dijadikan tolak ukur perlunya dilakukan *Sustainable Fashion*. Sampah tekstil juga bisa meningkat

akibat adanya proses produksi berlebih, seperti pada industri fashion yang menerapkan *Fast Fashion*. Industri fashion akan banyak memproduksi barang dalam waktu yang sangat singkat dan menghasilkan sampah baru yang akan tertumpuk di Gudang.

Pada penelitian Muazimah (2020) menjelaskan bahwa tren pada dunia *Fast Fashion* sangat cepat didukung dengan harga jualnya juga yang murah. Sehingga konsumen cenderung tidak segan terus menerus belanja pakaian hasil *Fast Fashion*. Kemudian tekanan produksi pada *Fast Fashion* ini juga mengurangi biaya dan waktu untuk mendapatkan produk mulai produk didesain hingga produk ada di mall yang mana mengabaikan prespektif lingkungan.

Dalam penelitian Muazimah (2020) ini juga disebutkan bahwa efek kerusakan alam terjadi di berbagai situasi, mulai dari eksploitasi sumber daya alam untuk bahan tekstil, hingga pencemaran lingkungan akibat limbah tekstilnya. Banyak kasus pencemaran lingkungan yang sudah terjadi juga yang disebutkan disini, seperti; Sungai Tullahan di Filiphina yang berwarna pink atau berwarna sesuai dengan limbah sisa pewarna kain dari pabrik tekstil di sekitar. Kemudian hal tersebut juga terjadi di Cina tepatnya pada sungai Zengcheng yang mana warna sungainya sering menjadi berwarna biru jeans, dan berdampak pada 320 juta warga cina kesulitan untuk mendapatkan air bersih.

Dalam penelitian Muazimah (2020) juga disebutkan kerusakan lingkungan yang sempat terjadi di Indonesia. Di Indonesia sendiri ada beberapa kerusakan lingkungan yang terjadi di beberapa sungai, seperti pada sungai Citarum tepatnya di Cingondewah Bandung yang warnanya selalu berubah ubah karena limbah pabrik tekstil di sekitarnya. Mirisnya sungai tersebut terkadang masih sering digunakan anak anak untuk bermain air tanpa mengetahui dampak buruk yang dapat terjadi. Kemudian di daerah Melong, Cimahi Jawa Barat juga terjadi pencemaran lingkungan berupa air tanah yang

menguning hingga debu hitam akibat pembakaran batu bara yang mana menyelimuti rumah rumah warga sekitar, dengan terjadinya hal tersebut warga menjadi sulit mendapatkan akses air bersih serta sering merasakan sesak dan juga batuk. Selain itu dikawasan tersebut terkadang juga tercium aroma tidak sedap dari pabrik tekstil sekitar akibat limbah yang dihasilkan.

Selain dari segala poin diatas terdapat salah satu faktor juga mengapa perlu dilakukan *sustainable fashion*, Berdasarkan fakta dari Zeitgeist sebagai salah satu merek streetwear di Seattle dijelaskan pula bahwa beberapa bahan selain sintetispun belum berarti akan selalu ramah terhadap keadaan lingkungan. Seperti bahan kapas, sering disalah pahami bahwa kapas umumnya adalah kain yang berkelanjutan, memang kapas lebih baik dari sintetis namun kapas sendiri membutuhkan sangat banyak air dalam proses produksinya. Dalam aliansi PBB, industri *fast fashion* juga merupakan indurstri dengan konsumen air terbesar kedua di dunia dan bertanggung jawab atas sekitar 20% air limbah dunia. Dan faktanya dalam memproduksi satu kaus katun saja memerlukan air lebih dari 400 galon, dan memerlukan 1800 galon air untuk menghasilkan hanya satu buah celana jins. Maka salah satu fakta tersebut dapat kita jadikan tolak ukur juga pentingnya dilakukan *sustainable*.

- Penilaian Tingkatan Variabel Perilaku

  Selanjutnya dilakukan pengkategorian pada variabel perilaku, sehingga dapat diketahui berapa nilai perilaku dari masyarakat Indonesia terhadap *Sustainable Fashion* di Indonesia, dengan menggunakan analisis statistic deskriptif, didapatkan nilai mean dan standar deviasi yang mana nilai tersebut didapatkan dari hasil analisis jumlah skor total Variabel Perilaku yang didalamnya terdapat tema besar Faktor Perlunya dilakukan *Sustainable Fashion*.

Adapun detail nilai nilai tersebut dapat dilihat dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 8 Statistic deskriptif variabel perilaku

| **Statistics Perilaku** | |
|---|---|
| **Komponen** | **Nilai** |
| N | 152 |
| Mean | 6.24 |
| Std. Deviation | 1,627 |

Dengan didapatnya nilai statistic diatas, maka dapat dilakukan pengkategorian tingkat perilaku dengan kategori sebagai berikut :

Tabel 9 Tingkatan Perilaku

| **Kategori** | **Ketentuan** | **Nilai Yang Didapat** |
|---|---|---|
| Kurang Baik | $X \leq M\text{-}1(SD)$ | $X \leq 5$ |
| Baik | $M\text{-}1(SD) \leq X \leq M+1(SD)$ | $5 \leq X \leq 8$ |
| Sangat Baik | $M+1SD \leq X$ | $8 \leq X$ |

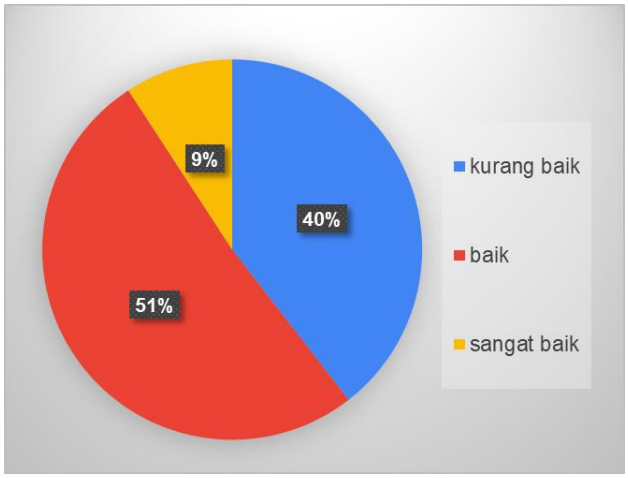
Adapun ketetuan dari tabel diatas adalah sebagai berikut :

X = Jumlah Skor Total Perilaku

M = Mean (Rata-rata)

SD = Standar deviasi

Maka berdasarkan nilai yang didapat sesuai dengan tabel diatas, didapatkan nilai persentase sebagai berikut :




Gambar 23 Tingkatan Kategori Variabel Perilaku

Untuk perhitungan lebih lanjut terkait tingkatan pada variabel perilaku ini dapat dilihat pada Lampiran 12. Dengan demikian dimana hasil persentase poin baik dan sangat baik akan mewakili perilaku yang positif, dan kurang baik maka akan masuk kedalam perilaku negatif. Maka disini lebih banyak masyarakat masuk kedalam perilaku positif. Dimana perilaku positif ini berarti masyarakat sudah banyak yang menerapkan bentuk nyata dari respon seperti menerapkan kegiatan sustainable fashioan yang antara lain mengontrol dalam belanja, dan bermiat untuk mau mempelajari hal hal apa saja yang perlu dihindari untuk dapat sedikit demi sedikit mau hidup sustainable terutama pada kegiatan fashion masyarakat. Dan masyarakat mau untuk mengerti seperti apa kain tekstil yang berbahaya bagi lingkungan. Dan aksi aksi lain yang dapat mencerminkan bentuk keikutsertaan dalam *Sustainable Fashion*.

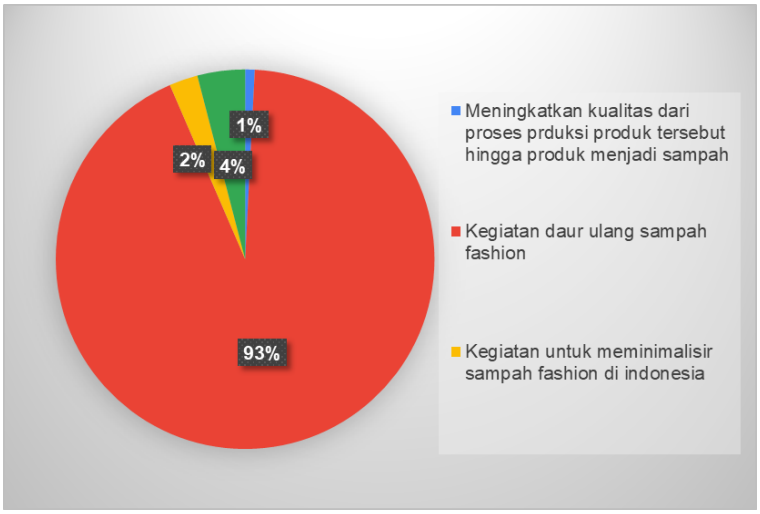
Kemudian yang menjadi penyebab adanya hasil dari perilaku bisa dari faktor internal/eksternal. Jika internal dari sifat pribadi dari diri mereka sendiri. jika eksternal dari budaya, lingkungan, ataupun faktor ekonomi. Sebagai contoh apabila dari segi faktor ekonomi, dapat mempengaruhi perilaku masyarakat dalam menanggapi sustainable fashion, masyarakat yang memiliki uang yang lebih lebih

memungkinkan membeli produk sustainable yang ramah lingkungan yang mana biasanya produk tersebut akan relatif lebih mahal karena menggunakan bahan yang lebih berkualitas, sedangkan apabila masyarakat tersebut terbatas dalam ekonominya maka kurang memungkinkan untuk mereka mau berbelanja produk sustainable apa lagi jika ada yang lebih murah dengan barang yang fungsinya sama saja.

C. Variabel *Sustainable Fashion*

- Tema Kegiatan *Sustainable Fashion*

1. Pengertian *Sustainable Fashion*

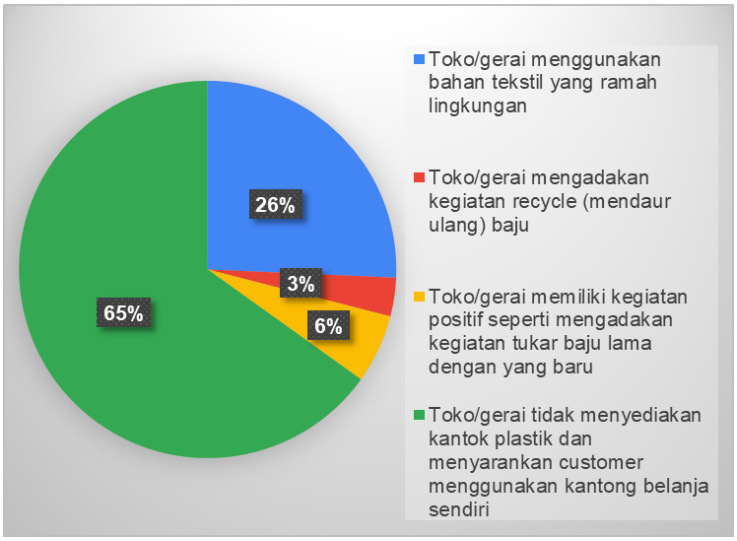



Gambar 24 Diagram Pengertian *Sustainable Fashion*

Untuk perhitungan lebih lanjut terkait pengertian *sustainable fashion* ini dapat dilihat pada Lampiran 13. Dalam hasil persentase pada pertanyaan pengertian *Sustainable Fashion*, responden banyak yang menganggap bahwa *Sustainable Fashion* merupakan kagiatan daur ulang sampah fashion. Hal tersebut benar adanya dimana dengan melakukan daur ulang sampah fashion maka sudah berperan dalam menjaga lingkungan. Dalam peneitian Bestari (2020) menjelaskan bahwa *Sustainable Fashion* merupakan cara untuk mengatasi dampak lingkungan, dan dengan melakukan daur ulang maka dapat menjadikan salah satu aktifitas positif untuk mengurangi limbah pakaian.

2. Kegiatan *Sustainable Fashion* yang Pernah Ditemukan di Toko/Gerai

Dalam poin ini nantinya dapat menjadi saran bagi toko/gerai yang dapat diambil kesimpulan untuk berinovasi melakukan kegiatan sustainable fashioan atau bagi toko yang sudah menerapkan dapat dijadikan ide baru dalam mengembangkan kegiatan *Sustainable Fashion* di toko/gerainya. Adapun detailnya dapat dilihat pada diagram lingkaran berikut :



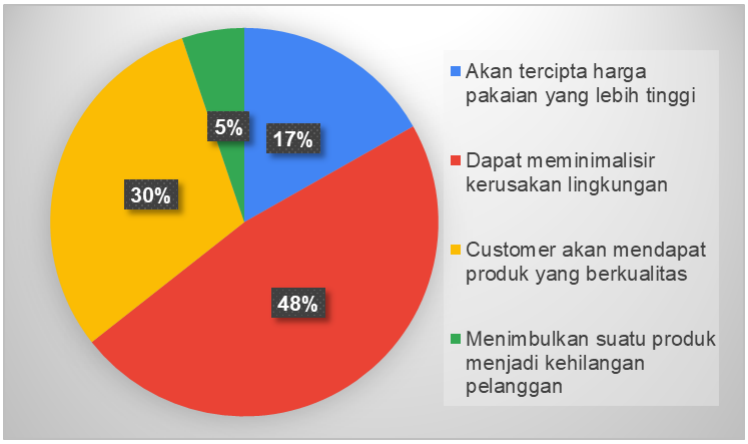

Gambar 25 Diagram Kegiatan *Sustainable Fashion* yang Ditemukan Ditoko/Gerai

Untuk perhitungan lebih lanjut terkait ini dapat dilihat pada Lampiran 14. Pada poin ini, sedikit responden yang bahkan belum mengetahui ada beberapa brand yang terkadang juga memiliki kegiatan tukar baju seperti brand Gaudi yang dulu pernah menerapkannya, dan yang pasti yang diterapkan adalah kegiatan tukar baju yang memiliki merk atau brand yang sama agar dapat dilakukan penukaran namun tetap dengan syarat syarat tertentu.

Jawaban terbanyak kedua juga dipilih responden dimana mereka menemukan toko atau gerai yang melakukan kegiatan *Sustainable Fashion* adalah dengan toko tersebut menggunakan bahan yang ramah lingkungan. Hal tersebut benar adanya karena banyak juga beberapa brand local yang bahkan menggunakan bahan dari rami atau

menggunakan pewarna alami seperti dari buah atau tumbuh tumbuhan. Namun Kembali lagi dengan terciptanya produk yang menggunakan bahan alami seperti itu, akan menimbulkan harga pakaian yang lebih mahal.

3. Dampak dari *Sustainable Fashion*




Gambar 26 Diagram Dampak *Sustainable Fashion*

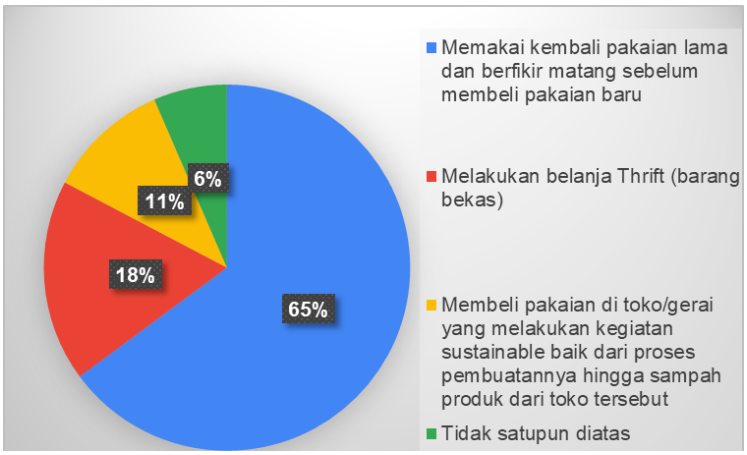
Dapat diartikan bahwa masyarakat Indonesia menganggap dampak yang ada jika dilakukan *Sustainable Fashion* paling besar adalah menimbulkan dampak yang positif, yaitu dapat meminimalisir kerusakan lingkungan. Untuk perhitungan lebih lanjut terkait ini dapat dilihat pada Lampiran 15.

Dampak dari dilakukannya *Sustainable Fashion* memang akan meminimalisi kerusakan lingkungan. Baik dari pencemaran hingga kerusakan di lingkungan kerja. Sustianble fashion juga bertentangan dengan *Fast Fashion*, dengan adanya *Fast Fashion* maka perlu dilakukan sustainable untuk mengurangi hal hal yang tidak diiginkan. Kerusakan dari adanya *Fast Fashion* juga dapat merusak lingkungan kerja, dimana dalam penelitian Sawiji (2019) mengingatkan Kembali akan adanya implikasi dari *Fast Fashion* yang memiliki kebutuhan produksi besar besaran dalam waktu yang singkat dan harga tetap terjangkau. Dan hal tersebut searah dengan terjadinya tragedy Rana Plaza pada 24 April 2013 di Bangladesh yang menewaskan 1.134 orang pekerja karena Gedung

pabrik yang ambruk. Dengan dilakukannya *Fast Fashion* dan menerapkan harga jual yang murah makan akan dipilih juga bahan produksi dan biaya diluar produksi yang murah. Nantinya upah pekerja juga akan di bayar dengan lebih murah, lalu fasilitas pabrik bagi pekerja bisa tidak memenuhi standar, dan hal tersebut dapat menyebabkan kejadian seperti di Bangladesh terulang Kembali.

Dalam pertanyaan ini, responden juga banyak yang menjawab poin jawaban Customer akan mendapat produk yang berkualitas, hal tersebut benar adanya, karena salah satu Gerakan dilakukannya *Sustainable Fashion* adalah mendukung adanya Slow Fashion. Dalam penelitiannya, Shinta (2018) menjelaskan bahwa slow fashion tercipta karena adanya *Fast Fashion*. Dimana apabila dalam slow fashion kecepatan produksi tidak menjadi prioritas, melainkan terciptanya produksi yang baik seperti komitmen pada praktik kerja yang ideal serta daya tahan hasil produk yang bertahan lama dan dapat dipertanggung jawabkan. Dalam artian produk yang dijual sepadan dengan harga yang dibayarkan. Slow fashion sendiri sudah dilakukan oleh banyak toko hingga brand besar seperti Levi's hingga Zady, sebuah rumah mode di New York yang menjamin bahwa setiap produk yang mereka jual terbebas dari eksploitasi pekerja dan pabrik berpolusi, serta tidak akan berakhir di tempat sampah.

4. Kegiatan *Sustainable Fashion* yang Dilakukan




Gambar 27 Diagram Kegiatan *Sustainable Fashion* yang Pernah Dilakukan

Maka dapat disimpulkan bahwa responden paling banyak menjawab adalah melakukan kegiatan *Sustainable Fashion* dengan Menggunakan kembali pakaian lama dan berfikir matang sebelum membeli pakaian yang baru, maka dapat disimpulkan responden tanpa sadar juga bisa melakukan kegiatan *Sustainable Fashion* tersebut tanpa berniat melakukan kegiatan *Sustainable Fashion*, maka dari itu banyak responden yang memilih jawaban tersebut. Untuk perhitungan lebih lanjut terkait kegiatan *sustainable fashion* yang pernah dilakukan ini dapat dilihat pada Lampiran 16.

Pada pertanyaan ini responden paling banyak menjawab pernah berkontribusi dalam ikut menjalankan *Sustainable Fashion* dengan menggunakan pakaian lamanya, hal tersebut dipilih responden karena menjadi salah satu hal yang sangat mudah yang dapat diterapkan dahulu dalam kehidupan, sebeum ke level yang lebih tinggi seperti contohnya membeli pakaian yang memang sudah terjamin menggunakan material yang aman bagi lingkungan. Dengan menggunakan pakaian lama dan menahan diri untuk tidak membeli pakaian baru, masyarakat akan ikut dalam berpartisipasi memperbaiki dan mengurangi pencemaran dan perusakan lingkungan. Namun walaupun begitu, semua kembali lagi kepada masing masing orang. Jika empati pada masyarakat terus dibangun maka usaha dalam menciptakan *Sustainable Fashion* akan mudah dijalankan, sehingga diharapkan dapat mengembalikan hubungan baik antara manusia dengan lingkungannya.

Kemudian pada pertanyaan ini, jawaban banyak kedua juga dimana responden cukup banyak yang sudah mengenal apa itu *thrift shop* dan sudah berbelanja disana. Pada beberapa tahun belakangan ini, usaha *thrift shop* memang sedang ramai dan familiar dikalangan masyarakat, Dalam penelitian Saputro (2018) dimana *thrift shop* merupakan tempat menjual barang barang pakaian bekas yang masih layak pakai, perbedaannya mode tersebut dijual setengah harga dari harga shopping mall, itulah kelebihan dari pakaian bekas yang dijual, namun karena bekas maka pasti

ada pakaian yang mamiliki kerusakan, kerusakan biasanya memiliki kecacatan 5%-10% dari barang baru pada umumnya, kerusakan tersebut seperti kotor, warnanya sudah pudar, hingga terdapat lubang. Namun tidak menutup kemungkinan juga untuk pembeli bisa mendapatkan barang thrift dengan kondisi seperti baru dan tidak ada kerusakan atau kecacatan. *Thrift shop* juga menjadi alasan beberapa masyarkat yang mungkin tidak memiliki budget yang lebih dalam belanja pakaian namun mereka tetap ingin memiliki tampilan yang fashionable dimana dengan belanja di *thrift shop* menjadi alternatif belanja dengan harga yang minim dan diharapkan tetap membuat pemakainya terlihat maksimal dalam mengikuti tren fashion. Dan tidak sedikit juga masyarakat yang suka belanja *thrift* ini karena mereka menyukai pakaian yang unik dan dengan membeli pakaian bekas mereka akan menggunakan pakaian itu tanpa sama dengan orang lain, atau dapat disimpulkan bahwa pakaian thrift dapat dikategorikan barang langka yang hanya terdapat satu barang dalam satu model.

Namun sebelum masuk ke kegiatan *sustainable fashion*, adapun dari penelitian ini konsep awal yang ingin dibangun dalam perencanaan kegiatan *sustainable fashion* adalah dengan menanamkan terlebih dahulu kepada masyarakat terkait pengetahuan tentang sustainable sendiri seperti apa, bagainaman penanganannya dan bagaimana masyarakat bisa ikut berkontribusi disana. Namun yang paling awal ingin saya terapkan adalah memberi pemahaman pengetahuan dahulu kepada masyarakat terkait teorinya seperti apa yang dikatakan sustainable, apa faktor yang menyebabkan perlunya kita hidup sustainable, dan dasar dasar lainnya, agar masyarakat paham dan apabila sudah mengetahui banyak pengetahuannya masyarakat akan lebih mudah untuk ikut serta dalam melakukan hidup yang sustainable.

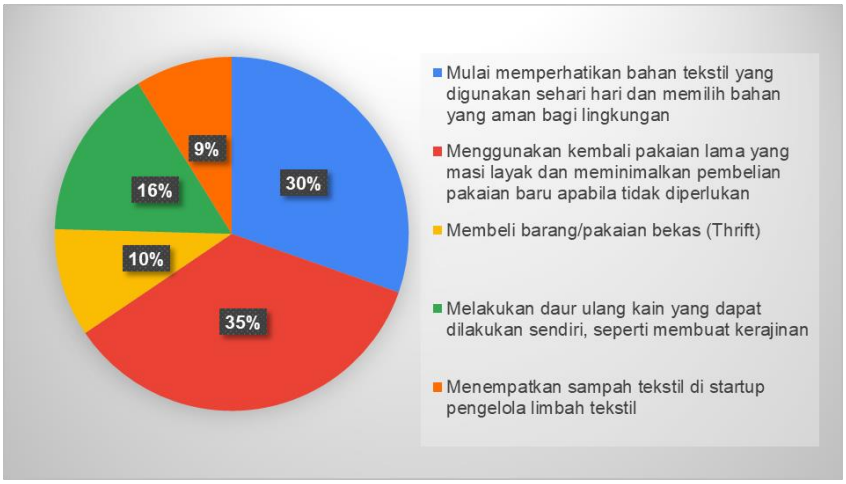
5. Alasan Diterapkannya *Sustainable Fashion* Pada Toko/Gerai




Gambar 28 Diagram Alasan Toko Menerapkan *Sustainable Fashion*

Untuk perhitungan lebih lanjut terkait ini dapat dilihat pada Lampiran 17. Dengan dilakukannya kegiatan *Sustainable Fashion* di beberapa toko ataupun gerai pakaian terkadang memang karena pengelola sudah mengerti tentang dampak lingkungan yang perlu dijadikan perhatian. Namun ada juga toko yang menerapkan kegiatan tersebut karena bekerja sama dengan pengelola sampah tekstil. Terkadang toko yang menerapkan *Sustainable Fashion* dengan menggunakan material yang bagus dan ramah lingkungan terkadang juga karena menginginkan terciptanya kualitas produk yang baik, dimana apabila digunakan bahan-bahan yang berkualitas dan dari alam maka akan meghasilkan produk yang lebih maksimal dan dapat dipertanggung jawabkan, pakaian yang memiliki kualitas yang baik juga pastinya akan lebih awet atau tahan lama masa pemakaiannya, dan beberapa toko sudah peduli akan hal tersebut.

6. Upaya yang Akan Dilakukan Untuk *Sustainable Fashion*




Gambar 29 Diagram Upaya yang Dilakukan Untuk *Sustainable Fashion*

Untuk perhitungan lebih lanjut terkait ini dapat dilihat pada Lampiran 18. Dalam mengetahui upaya yang akan dilakukan responden, mereka paling banyak mau berupaya untuk berkontribusi dalam *Sustainable Fashion* dengan menggunakan kembali pakaian lama mereka. Karena hal tersebut dirasa yang paling mudah dilakukan oleh masing masing orang. Kemudian responden juga banyak yang merespon mereka akan mulai peduli perihal bahan tekstil yang digunakan di pakaian mereka. Dengan dilakukan hal ini mereka tidak akan membeli pakaian yang tidak memiliki bahan yang ramah lingkungan. Seperti bahan sintetis hingga kulit hewan.

Dalam penelitian Rahmawanty (2021) menjelaskan bahwa *Sustainable Fashion* perlu dilakukan juga karena untuk upaya zero waste. Dan upaya upaya ini juga dapat diperhatikan dan dijalankan oleh orang orang yang berperan dalam industri fashion seperti para desainer. Perhatian para pelaku industri fashion juga perlu dilakukan untuk menekan dampak negatif yaitu memetakan apa saja yang tidak bisa ditelorir, terutama praktik *Sustainable Fashion* yang diharapkan memenuhi beberapa point dalam sustainable development diantaranya adalah mengentaskan kemiskinan, memperbaiki kualitas Kesehatan, ketersediaan air bersih, pekerjaan yang layak dan perkembangan

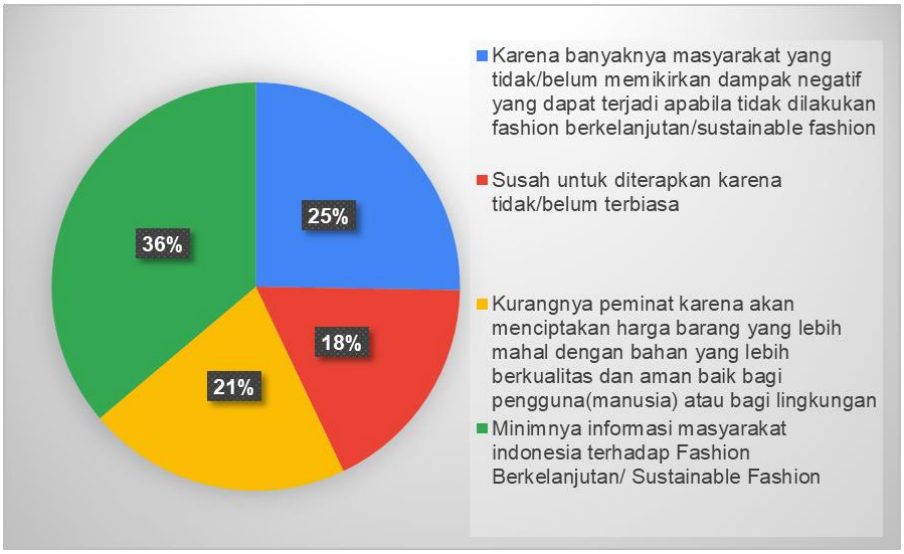
ekonomi, terciptanya kota dan komunitas yang berkelanjutan, konsumsi yang bertanggung jawab, mengurangi dampak perubahan iklim, hingga menjamin kehidupan para biota dalam air dan darat.

Adapun masih dalam penelitian yang sama pula, bahwa konsep pembangunan yang berkelanjutan dapat ditinjau dari beberapa aspek untuk mensejahterakan masyarakat. Aspek aspek tersebut diantaranya;

- Bagaimana sumber daya alam dapat digunakan dengan baik dimasa mendatang
- Bagaimana memanfatkan sumber daya alam dengan baik sehingga tidak timbul sifat boros hingga timbulnya kerusakan lingkungan
- Pembangunan yang dilakukan sebaiknya dapat memperbanyak sumber daya alam yang dapat diperbaharui
- Serta dapat mempertahankan kualitas hidup manusia dimasa kini hingga mendatang

Keseimbangan dengan lingkungan juga perlu diimbagi dengan aspek pemerataan, dimana tidak ada kesenjangan antar masyarakat. Kemudian dalam bidang ekologi dimana perlu dilestarikan lingkungannya seperti mamastikam tetap adanya ruang terbuka hijau.

7. Kendala Penerapan *Sustainable Fashion*

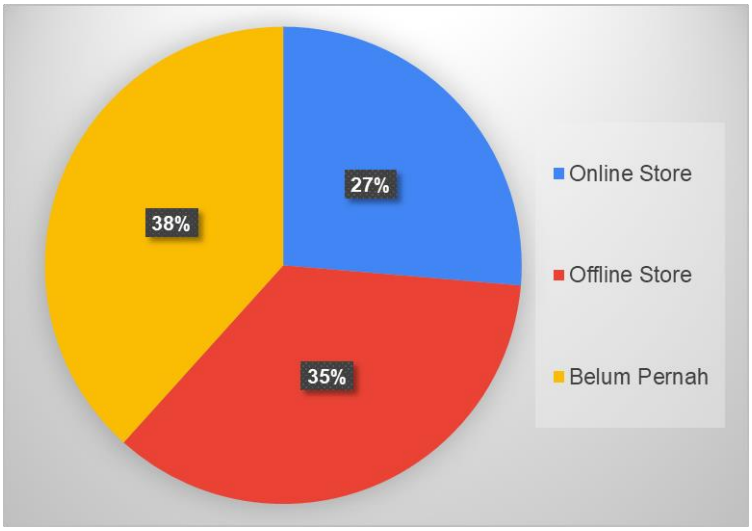



Gambar 30 Diagram Kendala Penerapan *Sustainable Fashion*

Untuk perhitungan lebih lanjut terkait ini dapat dilihat pada Lampiran 19. Dalam pertanyaan ini responden menganggap kendala penerapan *Sustainable Fashion* adalah karena minimnya informasi masyaarakat Indonesia terhadap *Sustainable Fashion*. Hal tersebut juga terbutki dari pertanyaan sebelumnya dimana masyarakat belum paham sepertu apa *Sustainable Fashion* sehingga mereka merasa belum perna menemukan toko atau gerai yang menerapkan *Sustainable Fashion* padahal sudah pernah menjumpainya. Namun mereka tidak tahu bahwa kegiatan tersebut adalah kegiatan sustainable. Dalam penelitian Tahalele dkk (2020) juga menjelaskan bahwa di Indonesia industri fashion berkelanjutan masih memiliki banyak permasalahan, salah satunya dalam hal produk dan pengembangan fashion berkelanjutan.

Sedangkan dalam penelitian yang sama, apabila industri fashion tersebut ingin berhasil dalam mengelola produk fashion yang berkelanjutan, maka dapat diperhatikan beberapa faktor yang menjadi tantangan dan penentu keberhasilan. Antara lain seperti inovasi dan desain, sumber bahan yang mana menggunakan bahan yang baik, berkualitas, hingga dapat diolah kembali sebagai nilai plus dari produk, kemudian memperhatikan pengolahan material yang sebenarnya paling banyak menyebabkan dampak lingkungan. Selanjutnya proses produksi dan teknologi yang digunakan. Dan yang pasti adalah sumber daya manusa. Serta tanggung jawab sosial yang merujuk kepada etika dan Tindakan etis terhadap tenaga kerjanya, seperti memberikan upah yang adil kepada pekerja.

8. Tempat Belanja yang Menerapkan *Sustainable Fashion*




Gambar 31 Diagram Toko/Gerai yang Menerapkan *Sustainable Fashion*

Maka berdasarkan hasil analisis data deskriptif sesuai dengan diagram lingkaran diatas, dapat dilihat bahwa persentase tertinggi adalah masyarakat belum pernah menemukan toko/gerai yang melakukan kegiatan *Sustainable Fashion*, dan apabila masyarakat yang sudah menemukan kegiatan *Sustainable Fashion* di salah satu toko/ gerai lebih banyak ditemukan pada offline store dari online store. Untuk perhitungan lebih lanjut terkait tempat masyarakat menemukan store yang menerapkan sustainable fashion ini dapat dilihat pada Lampiran 20.

Dalam penelitian ini responden paling banyak menjawab belum perna menemukan gerai yang menerapkan Gerakan *Sustainable Fashion*. Namun dengan berkembangnya informasi sekarang, banyak kegiatan juga yang sudah dilakukan di beberapa toko untuk mempedulikan lingkungan seperti tidak menggunakan kantong belanja dari plastic hingga toko toko pakaian yang memilih bahan pakaiannya menggunakan bahan yang ramah lingkungan. Dimana dari dua contoh tersebut pun sudah bisa dikatakan suatu toko sudah mencoba menerapkan sustainable. Namun saat responden menemukan hal tersebut mereka belum paham

dan mengerti bahwa hal hal seperti itu juga termasuk Gerakan untuk menerapkan sustainable.

Sedangkan responden yang sudah pernah menemukan toko yang menerapkan *Sustainable Fashion* paling banyak menemukan di offline store, hal tersebut sudah umum biasanya dilakukan di beberapa toko pakaian di mall yang juga menerapkan pengubahan kantong belanja plastic menjadi totetag yang bisa digunakan kembali, kemudian toko pakaian banyak menerapkan menciptakan produksi pakaian dengan bahan yang lebih berkualitas.

- Penilaian Tingkatan Variabel *Sustainable Fashion*

Selanjutnya dilakukan pengkategorian pada variabel *Sustainable Fashion* di Indonesia, sehingga dapat diketahui berapa nilai *Sustainable Fashion* dari masyarakat Indonesia, dengan menggunakan analisis statistic deskriptif, didapatkan nilai mean dan standar deviasi, yang mana nilai tersebut didapatkan dari hasil analisis jumlah skor total Variabel *Sustainable Fashion* di Indonesia yang didalamnya terdapat tema besar Kegiatan *Sustainable Fashion*. Adapun detail nilai nilai tersebut dapat dilihat dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 10 Statistic deskriptif variabel *Sustainable Fashion* di Indonesia

| **Statistics *Sustainable Fashion*** | |
|---|---|
| **Komponen** | **Nilai** |
| N | 152 |
| Mean | 16.1 |
| Std. Deviation | 3,295 |

Dengan didapatnya nilai statistic diatas, maka dapat dilakukan pengkategorian tingkat perilaku dengan kategori sebagai berikut :

Tabel 11 Tingkatan *Sustainable Fashion* di Indonesia

| Kategori | Ketentuan | Nilai Yang Didapat |
|---|---|---|
| Kurang Baik | X ≤ M-1(SD) | X ≤ 13 |
| Baik | M-1(SD) ≤ X ≤ M+1(SD) | 13 ≤ X ≤ 19 |
| Sangat Baik | M+1SD ≤ X | 19 ≤ X |

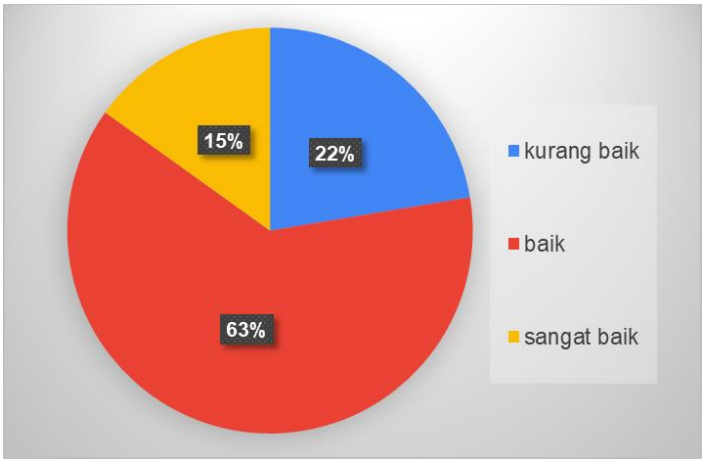
Adapun ketetuan dari tabel diatas adalah sebagai berikut :

X = Jumlah Skor Total *Sustainable Fashion* di Indonesia

M = Mean (Rata-rata)

SD = Standar deviasi

Maka berdasarkan nilai yang didapat sesuai dengan tabel diatas, didapatkan nilai persentase pada setiap tingkatan Kurang Baik, Baik, dan Sangat Baik pada Variabel *Sustainable Fashion* di Indonesia, sebagai berikut :




Gambar 32 Tingkatan Kategori Variabel *Sustainable Fashion*

Untuk perhitungan lebih lanjut terkait tingkatan *sustainable fashion* ini dapat dilihat pada Lampiran 21. Dari sini dapat dinilai bahwa masyarakat yang masuk kedalam kategori kurang baik dalam menanggapi *Sustainable Fashion*. Dan yang mengarah ke persentase baik dan sangat baik adalah masyarakat yang menanggapi *Sustainable Fashion* dengan positif. Positif disini dapat didefinisikan sebagai

keterbukaan masyarakat dalam berupaya melakukan *Sustainable Fashion* dan mereka bawa ke kehidupan nyata mereka seperti mengetahui toko yang menerapkan *Sustainable Fashion* dan peduli untuk menyebar luaskan *Sustainable Fashion*.

### 4.2.2. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan pengujian yang wajib dilakukan sebelum menggunakan Teknik statistic parametris, yang mana kenormalan data perlu diuji terlebih dahulu. Apabila data tidak berdistribusi normal, maka statistic parametris tidak dapat digunakan, dan akan digunakan statistic non parametris. Dengan dilakukan pengujian ini, nantinya akan menentukan pula metode seperti apa yang akan dipilih untuk menganalisis data dalam menentukan hipotesis dan sebagainya.

Uji normalitas diolah pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan SPPS dengan metode Kolmogorov dan didapatkan hasil sebagai berikut :

Tabel 12 Hasil Uji Normalitas

| **Tests of Normality** | |
|---|---|
| Kolmogorov-Smirnova | |
| **Sig.** | **Keterangan** |
| .200* | penelitian dapat dikatakan berdistribusi normal (>0.05) |

Berdasarkan tabel diatas maka dapat dilihat pada Sig. Kolmogorov sebesar 0,200 . yang mana dasar prngambilan keputusan untuk uji normalitas adalah;

- Jika nilai Sig. **diatas** 0,05 maka data berdistribusi dengan normal
- Jika nilai sig. **dibawah** 0,05 maka data tidak berdistribusi normal

Sehingga dapat disimpulkan bahwa dengan didapatkannya nilai sig.pada Kolmogorov sebesar 0,200 yang mana lebih besar dari 0,05 maka penelitian

ini dapat dikatakan berdistribusi normal. Dan dengan diketahui data tersebut adalah parametris, maka pada olah data selanjutnya metode yang digunakan adalah metode yang menunjang statsistika parametris. Untuk perhitungan lebih lanjut terkait uji normalitas ini dapat dilihat pada Lampiran 22.

### 4.2.3. Analisis Asosiatif/Korelasi

Pada penelitian terdapat analisis asosiatif atau analisis korelasi yang mana analisis ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada hubungan antar data atau variabel atau tidak, dengan mendapatkan nilai r atau nilai korelasi nantinya akan mempermudah pembacaan data sehingga diketahui apakah data tersebut saling berhubungan atau tidak berhubungan. Pada penelitian ini juga dilakukan perhitungan data menggunakan SPSS yang mana menggunakan metode Korelasi Product Moment karena yang akan dikorelasikan berasal dari 2 variabel. Adapun syarat dilakukannya Korelasi Product Moment adalah sebagai berikut :

- Data yang akan diuji homogen dan berdistribusi normal
- Data yang akan diuji bersifat linier

Adapun dalam tahapan analisis asosiatif ini, dalam penelitian dilakukan 3 bagian asosiatif, yaitu :

- Hubungan antar Pengetahuan
- Hubungan Antara Pengetahuan dengan Respon, dan
- Hubungan Antara Pengetahuan dengan Perilaku.

Adapun detail analisis data yang telah dilakukan adalah sebagai berikut :

**1. Hubungan Antar Pengetahuan**

- Pengetahuan *Sustainable Fashion* dengan Pengolahan Sampah Tekstil

Tabel 13 Korelasi antar pengetahuan *SUSTAINABLE FASHION* dan pengolahan sampah tekstil

| | N | Pearson Correlation (r) | Sig. (2-tailed) |
|---|---|---|---|
| Pengetahuan *Sustainable Fashion* | 152 | 0,106 | 0,192 |
| Pengolahan Sampah Tekstil | | | |

Pada bagian pertama ini dilakukan analisis data asosiatif, dimana ingin diketahui apakah ada hubungan antara Pengetahuan masyarakat terkait *Sustainable Fashion* dengan pengolahan sampah tekstil di Indonesia. Dan didapatkan nilai r = 0,106 r disini merupakan nilai koefisien korelasi yang didapatkan. Untuk dapat memberikan penafsiran terhadap koefisien korelasi yang ditemukan tersebut besar atau kecil, maka dapat berpedoman pada tabel interval koefisien yang sebelumnya sudah disajikan dalam Metode Penelitian pada Bab 3. Untuk perhitungan lebih lanjut terkait ini dapat dilihat pada Lampiran 23.

Kemudian setelah dilihat berdasarkan tabel tersebut, maka dapat diketahui dimana r = 0,106 berada pada tingkatan hubungan yang Sangat Rendah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa antara responden yang paham dengan pengetahuan *Sustainable Fashion*, mereka juga paham dengan pengetahuan terkait sampah tekstil (saling berhubungan) walau memiliki tingkat hubungan yang sangat rendah atau dapat dikatakan adanya hubungan yang positif antara Pengetahauan *Sustainable Fashion* dengan Pengetahuan Sampah Tekstil, karena nilai korelasinya r > 0 .

Selanjutnya untuk uji hipotesis atau uji signifikan, yang mana menduga jawaban yang akan disimpulkan secara masal, atau mengetahui

hubungan dua variabel atau lebih dalam sampel yang terlebih dahulu dihitung Analisis korelasinya. Untuk korelasi product moment sendiri dapat digunakan Uji t. Kemudian apabila digunakan SPSS didapatkan nilai yang dapat dilihat kembali pada Tabel 13 dimana terdapat hasil Sig.(2-tailed) sebesar 0,192 . yang mana ketentuannya adalah H0 diterima jika sig. > 0,05 . sehingga keputusannya karena sig. = 0,192 yang mana nilai tersebut adalah diatas 0,05 maka H0 diterima (Ha ditolak) maka tidak ada hubungan antara kedua pengetahuan. Sedangkan rumusan hipotesis uji dua pihak adalah sebagai berikut :

H0 : Tidak ada hubungan antara X dan Y yang signifikan

Ha : Ada hubungan antara X dan Y yang signifikan

Atau

H0 : $\rho = 0$ atau $r = 0$

Ha : $\rho \neq 0$ atau $r \neq 0$

Dimana:

$\rho$ adalah korelasi atau hubungan dalam populasi

r adalah korelasi atau hubungan dalam sampel

Pada poin ini nilai hubungan adalah sangat rendah antara pengetahuan *Sustainable Fashion* dengan pengolahan sampah tekstil. Namun dalam penelitian Rahmawaty (2021) dijelaskan salah satu kerusakan lingkungan merupakan dengan dasar seperti adanya sampah tekstil yang menumpuk. Menurut data Ellen McArthur Foundation pun menunjukan bahwa rata rata masyarakat di dunia bisa menyumbangkan 12 hingga 14 ton sampah tekstil setiap detiknya. Dimana bahan yang digunakan untuk produksi pakaian tersebut menggunakan bahan buatan seperti nilon, polyester, dan akrilik, yang mana 60% produksi pakaian adalah plastic yang terbuat dari minyak bumi. Dengan bahan buatan yang mendominasi keadaan fesyen saat ini nantinya bisa menghasilkan microfiber Ketika dibilas dengan air dan berakhir dilaut sehingga dapat merusak biota laut yang nantinya juga dapat berakibat kepada olahan makakan laut yang dikonsumsi manusia.

Dengan contoh permasalahan seperti diatas maka dapat disimpulkan semestinya ada hubungan antara pengetahuan *Sustainable Fashion* dengan sampah tekstil. Dimana responden yang mengetahui pengetahuan terkait pentingnya *Sustainable Fashion*, mereka seharusnya akan peduli dengan permasalahan sampah tekstil yang berhabaya di lingkungan. Dengan mengetahui pengetahuan tersebut juga semestinya masyarakat dapat melakukan kegiatan yang lebih bijak demi lingkungan yang lebih baik untuk saat ini maupun untuk mendatang.

- Pengetahuan Sampah Tekstil dengan Pengolahan Sampah 3R

Tabel 14 Korelasi pengetahuan sampah tekstil dengan pengolahan sampah 3R

| | N | Pearson Correlation (r) | Sig. (2-tailed) |
|---|---|---|---|
| Pengolahan Sampah 3R | 152 | 0,043 | 0,602 |
| Pengetahuan Sampah Tekstil | | | |

Kemudian pada poin selanjutnya akan meng asosiatifkan antara pengetahuan sampah tekstil dengan pengolahan sampah 3R. yang mana berdasarkan analisis data yang didapat telah diperoleh nilai r= 0,043 . r disini merupakan nilai koefisien korelasi yang didapatkan. Untuk dapat memberikan penafsiran terhadap koefisien korelasi yang ditemukan tersebut besar atau kecil, maka dapat berpedoman pada tabel interval koefisien yang sebelumnya sudah disajikan dalam Metode Penelitian pada Bab 3. Untuk perhitungan lebih lanjut terkait ini dapat dilihat pada Lampiran 24.

Kemudian setelah dilihat pada tabel koefisien interfal maka r = 0,043 masuk kedalam interval koefisien pertama yang mana memiliki tingkat hubungan sangat rendah. Maka dapat disimpulkan bahwa antara

pengetahuan sampah tekstil dan pengolahan sampah 3R memiliki nilai korelasi yang berhubungan sangat rendah. Maka dengan begitu, responden yang paham akan pengetahauan sampah tekstil belum tentu paham akan pengetahuan terkait pengolahan sampah sendiri secara 3R(prinsip pengolahan sampah secara umum).

Selanjutnya untuk uji hipotesis atau uji signifikan, yang mana menduga jawaban yang akan disimpulkan secara masal, atau mengetahui hubungan dua variabel atau lebih dalam sampel yang terlebih dahulu dihitung Analisis korelasinya. Untuk korelasi product moment sendiri dapat digunakan Uji t. Kemudian apabila digunakan SPSS didapatkan nilai yang dapat dilihat kembali pada Tabel 14 dimana terdapat hasil Sig.(2-tailed) sebesar 0,602 . yang mana ketentuannya adalah H0 diterima jika sig. > 0,05 . sehingga keputusannya karena sig. = 0,602 yang mana nilai tersebut adalah diatas 0,05 maka H0 diterima (Ha ditolak) maka tidak ada hubungan antara kedua pengetahuan. Sedangkan rumusan hipotesis uji dua pihak adalah sebagai berikut :

H0 : Tidak ada hubungan antara X dan Y yang signifikan

Ha : Ada hubungan antara X dan Y yang signifikan

Atau

H0 : $\rho = 0$ atau $r = 0$

Ha : $\rho \neq 0$ atau $r \neq 0$

Dimana:

$\rho$ adalah korelasi atau hubungan dalam populasi

r adalah korelasi atau hubungan dalam sampel

Dengan dilihat ada atau tidaknya hubungan antara pengetahuan sampah tekstil dan pengolahan sampah 3R (reuse, reduce, recycle) memiliki korelasi yang sangat rendah. Dimana sedangkan apabila dilihat di beberapa penelitian dapat disimpulkan bahwa pengetahuan perihal sampah tekstil seharusnya dipastikan berhubungan dengan pengolahan sampah 3R (reuse, reduce, recycle). Dimana dalam penelitian Novita (2016) menjelaskan dimana adanya sampah tekstil yang memiliki jumlah yang besar dapat

dimanfaatkan dengan pengolahan mendaur ulang, daur ulang sampah tekstil tersebut dapat dijadikan sarung gallon hingga sarung bantal, dimana dengan dilakukan daur ulang atau recycle seperti ini juga sampah tekstil yang tadinya sudah tidak bermanfaat dapat memiliki nilai jual.

Kemudian dalam penelitian Karimah (2013) juga menjelaskan bahwa saat ini sampah tekstil juga dapat dimanfaatkan dengan dilakukan jual beli *thrift shop*, namun apabila akan di jual Kembali, pakaian harus masih dikategorikan kedalam pakaian yang layak pakai. Thrifting juga dapat menjadi solusi untuk masyarakat yang ingin memiliki gaya terbaru dengan budget yang kecil. Namun dengan budget yang masih terjangkau bukan berarti thrift hanya memiliki target pasar masyarakat kebawah, Namun tak dipungkiri masyarakat menengah keatas pun terkadang berminat untuk thrift karena terkadang mereka juga membeli barang thrirf dengan adanya produk dari brand yang bagus atau ternama.

**2. Hubungan Antara Pengetahuan dengan Respon**

- Pengetahuan Mengenai *Fast Fashion* dan Sampah Tekstil dengan Kegiatan *Sustainable Fashion*

Tabel 15 Korelasi pengetahuan *Fast Fashion* dan Sampah Tekstil dengan kegiatan *Sustainable Fashion*

| | N | Pearson Correlation (r) | Sig. (2-tailed) |
|---|---|---|---|
| Pengetahuan *Fast Fashion* | 152 | .160* | 0,049 |
| Kegiatan *Sustainable Fashion* | | | |

Selanjutnya masuk kebagian dua dimana menganalisis apakah ada hubungan antara pengetahuan dengan respon, pengetahuan yang pertama, yaitu hubungan antara pengetahuan responden mengenai *Fast Fashion* dan

sampah tekstil apakah akan berhubungan dengan kegiatan *Sustainable Fashion* yang responden pilih atau tidak. Dengan menggunakan SPSS telah didapatkan nilai koefisien korelasinya dimana r = 0,160 . Adapun untuk dapat memberikan penafsiran terhadap koefisien korelasi yang ditemukan tersebut besar atau kecil, maka dapat berpedoman pada tabel interval koefisien yang sebelumnya sudah disajikan dalam Metode Penelitian pada Bab 3. Untuk perhitungan lebih lanjut terkait ini dapat dilihat pada Lampiran 25.

Setelah dianalisis dan dicocockkan dengan tabel interval koefisien maka nilai r = 0,160 masuk kedalam tingkat hubungan yang sangat rendah. Maka dapat disimpulkan antara responden yang mengetahui pengetahuan terkait *Fast Fashion* dan Sampah tekstil maka akan melakukan Kegiatan *Sustainable Fashion* dengan tingkatan hubungan yang sangat rendah.

Kemudian untuk uji hipotesis atau uji signifikan, yang mana menduga jawaban yang akan disimpulkan secara masal, atau mengetahui hubungan dua variabel atau lebih dalam sampel yang terlebih dahulu dihitung Analisis korelasinya. Untuk korelasi product moment sendiri dapat digunakan Uji t. Kemudian apabila digunakan SPSS didapatkan nilai yang dapat dilihat kembali pada Tabel 15 dimana terdapat hasil Sig.(2-tailed) sebesar 0,05 . yang mana ketentuannya adalah H0 diterima jika sig. > 0,05 . sehingga keputusannya karena sig. = 0,05 yang mana nilai tersebut adalah sama dengan 0,05 maka H0 ditolak (Ha diterima) maka tidak ada hubungan antara pengetahuan dan respon tersebut. Sedangkan rumusan hipotesis uji dua pihak adalah sebagai berikut :

H0 : Tidak ada hubungan antara X dan Y yang signifikan

Ha : Ada hubungan antara X dan Y yang signifikan

Atau

H0 : $\rho = 0$ atau $r = 0$

Ha : $\rho \neq 0$ atau $r \neq 0$

Dimana:

$\rho$ adalah korelasi atau hubungan dalam populasi

r adalah korelasi atau hubungan dalam sampel

Pada dasarnya 3 komponen ini saling berhubungan, seperti pengetahuan terkait sampah tekstil yang mana salah satu penyebab meningkatnya sampah tekstil adalah kegiatan *Fast Fashion* dimana *Fast Fashion* perlu memproduksi pakaian dalam jumlah besar hingga apabila pakaian pakaian tersebut tidak habis terjual maka akan menyebabkan menumpuknya pakaian di Gudang dan menjadi sampah tekstil. Dari sampah tekstil akibat *Fast Fashion* tersebut maka perlunya dilakukan kegiatan *Sustainable Fashion*, kegiatan *Sustainable Fashion* dapat dilakukan seperti, mengubah *Fast Fashion* menjadi slow fashion dimana tidak memetingkan waktu dan banyaknya produksi namun memikirkan kualitas prodak agar dapat digunakan jangka Panjang oleh para pelanggannya.

**3. Hubungan Antara Pengetahuan dengan Perilaku**

- Pengetahuan *Sustainable Fashion* dengan Seberapa Banyak Masyarakat Berbelanja

Tabel 16 Korelasi antara pengetahuan *Sustainable Fashion* dengan seberapa banyak masyarakat belanja dalam sebulan

| | N | Pearson Correlation (r) | Sig. (2-tailed) |
|---|---|---|---|
| Pengetahuan *Sustainable Fashion* | 152 | -0,143 | 0,080 |
| Banyaknya Belanja Pakaian selama 1 Bulan | | | |

Selanjutnya dalam uji asosiatif bagian ketiga yaitu bagaian menganalisis hubungan antara pengetahuan dengan perilaku, pada bagian ini terdapat analisis respon dari responden yang mengetahui pengetahuan *Sustainable Fashion* apakah akan berhubungan dengan seberapa banyak masyarakat

berbelanja, apakah dengan masyarakat mengetahui pengetahuan perihal *Sustainable Fashion* maka akan menimbulkan perilaku tidak suka banyak berbelanja atau malah sebaliknya. Dengan analisis menggunkan SPSS maka didapatkan nilai koefisien korelasi yang mana nanti dapat dilihat seberapa besar hubungan antar keduanya. Dan telah didapatkan nilai r = -0,143 yang mana dengan nilainya yang minus maka hubungannya negatif / tidak saling berhubungan yang artinya apabila satu variabel diperkuat maka variabel lain akan lemah, dalam artian dalam poin ini apabila responden mengetahui pengetahuan terkait *Fast Fashion* dan sampah tekstil mereka tidak selalu melakukan banyak kegiatan *Sustainable Fashion* walaupun mereka memiliki ilmu tersebut dari pahamnya mereka akan pengetahuan *Fast Fashion* dan Sampah Tekstil. Untuk perhitungan lebih lanjut terkait poin ini dapat dilihat pada Lampiran 26.

Kemudian untuk uji hipotesis atau uji signifikan, yang mana menduga jawaban yang akan disimpulkan secara masal, atau mengetahui hubungan dua variabel atau lebih dalam sampel yang terlebih dahulu dihitung Analisis korelasinya. Untuk korelasi product moment sendiri dapat digunakan Uji t. Kemudian apabila digunakan SPSS didapatkan nilai yang dapat dilihat kembali pada Tabel 16 dimana terdapat hasil Sig.(2-tailed) sebesar 0,080 . yang mana ketentuannya adalah H0 diterima jika sig. > 0,05 . sehingga keputusannya karena sig. = 0,080 yang mana nilai tersebut adalah diatas 0,05 maka H0 diterima (Ha ditolak) maka tidak ada hubungan antara pengetahuan dan respon tersebut. Sedangkan rumusan hipotesis uji dua pihak adalah sebagai berikut :

H0 : Tidak ada hubungan antara X dan Y yang signifikan

Ha : Ada hubungan antara X dan Y yang signifikan

Atau

H0 : $\rho = 0$ atau $r = 0$

Ha : $\rho \neq 0$ atau $r \neq 0$

Dimana:

$\rho$ adalah korelasi atau hubungan dalam populasi

r adalah korelasi atau hubungan dalam sampel

Pada poin ini data yang dihasilkan tidak adanya korelasi antara pengetahuan *Sustainable Fashion* terhadap seberapa banyak masyarakat berbelanja dalam sebulan. Padahal dapat dipastikan semestinya terdapat hubungan antara *Sustainable Fashion* dengan banyaknya belanja. Masyarakat yang sudah paham akan *Sustainable Fashion* semestinya pasti akan tidak atau mencegah untuk gemar berbelanja. Apa lagi apabila berbelanja pakaian hanya karena keinginan semata dan bukan karena butuh atau keperluan mendesak.

- Pengetahuan *Sustainable Fashion* dengan Seberapa Banyak Masyarakat Melakukan Kegiatan *Sustainable Fashion*

Tabel 17 Korelasi pengetahuan *Sustainable Fashion* dengan seberapa banyak masyarakat melakukan kegiatan *Sustainable Fashion*

| | N | Pearson Correlation (r) | Sig. (2-tailed) |
|---|---|---|---|
| Pengetahuan *Sustainable Fashion* | 152 | 0,131 | 0,108 |
| Kegiatan *Sustainable Fashion* | | | |

Selanjutnya pada bagian asosiatif antara pengetahuan dengan perilaku ini akan dianalisis pula antara respon masyarakat terhadap pengetahuan *Sustainable Fashion* apakah akan berhubungan dengan banyaknya masyatakat melakukan kegiatan *Sustainable Fashion*, apakah masyarakat yang paham akan pengetahuan *Sustainable Fashion* pasti akan melakukan banyak kegiatan *Sustainable Fashion* atau malah tidak banyak melakukan. Dengan menganalisis menggunakan SPSS maka didapatkan nilai koefisien korelasi sebesar r = 0,131 . yang mana untuk dapat memberikan penafsiran terhadap koefisien korelasi yang ditemukan tersebut besar atau kecil, maka

dapat berpedoman pada tabel interval koefisien yang sebelumnya sudah disajikan dalam Metode Penelitian pada Bab 3. Untuk perhitungan lebih lanjut terkait poin ini dapat dilihat pada Lampiran 27.

Kemudian berdasarkan tabel interval koefisien tersebut maka dapat diketahui bahwa nilai koefisien r = 0,131 masuk kedalam kategori tingkat hubungan Sangat Rendah. Yang mana maka dapat disimpulkan bahwa pengetahuan *Sustainable Fashion* berhubungan dengan banyaknya kegiatan *Sustainable Fashion* dengan tingkat hubungan sangat rendah.

Kemudian untuk uji hipotesis atau uji signifikan, yang mana menduga jawaban yang akan disimpulkan secara masal, atau mengetahui hubungan dua variabel atau lebih dalam sampel yang terlebih dahulu dihitung Analisis korelasinya. Untuk korelasi product moment sendiri dapat digunakan Uji t. Kemudian apabila digunakan SPSS didapatkan nilai yang dapat dilihat kembali pada Tabel 17 dimana terdapat hasil Sig.(2-tailed) sebesar 0,108 . yang mana ketentuannya adalah H0 diterima jika sig. > 0,05 . sehingga keputusannya karena sig. = 0,108 yang mana nilai tersebut adalah diatas 0,05 maka H0 diterima (Ha ditolak) maka tidak ada hubungan antara pengetahuan dan respon tersebut. Sedangkan rumusan hipotesis uji dua pihak adalah sebagai berikut :

H0 : Tidak ada hubungan antara X dan Y yang signifikan

Ha : Ada hubungan antara X dan Y yang signifikan

Atau

H0 : $\rho = 0$ atau $r = 0$

Ha : $\rho \neq 0$ atau $r \neq 0$

Dimana:

$\rho$ adalah korelasi atau hubungan dalam populasi

r adalah korelasi atau hubungan dalam sampel

Pada poin ini memiliki hubungan yang sangat kecil. Padahal semestinya dua poin ini memiliki hubungan yang kuat. Terlebih apabila orang tahu akan kegiatan *Sustainable Fashion*. Semestinya apabila mereka peduli mereka akan belajar untuk menerapkannya juga. Setidaknya terdapat

kemauan dalam diri mereka yang mana nantinya dapat mereka lakukan aksinya mencoba untuk sustainable.

- Pengetahuan Sampah Tekstil dengan Seberapa Banyak Masyarakat Berbelanja

Tabel 18 Korelasi pengetahuan Sampah Tekstil dengan Banyaknya belanja dalam sebulan

| | N | Pearson Correlation (r) | Sig. (2-tailed) |
|---|---|---|---|
| Pengetahuan Sampah Tekstil | 152 | 0,009 | 0,908 |
| Banyaknya Belanja Pakaian dalam 1 bulan | | | |

Selanjutnya pada bagian asosiatif pengetahuan dengan perilaku juga dilakukan analisis terhadap Pengetahuan Sampah Tekstil dengan Seberapa Banyak masyatakat berbelanja. Secara logika akan terjalin hubungan antara masyatakat yang mengetahui pengetahuan sampah tekstil maka mereka akan memperhatikan sampah tekstil yang ada dan menuntun mereka berhemat atau tidak melakukan belanja pakaian jika memang tidak dibutuhkan. Namun dengan adanya kuesioner yang diberikan dapat menjadi jawaban Analisa dan diketahui apakah terdapat hubungan antar keduanya. Pada tabel diatas telah didapatkan nilai koefisien korelasinya sebesar r = 0,009 . dengan demikian agar dapat memberikan penafsiran terhadap koefisien korelasi yang ditemukan tersebut besar atau kecil, maka dapat berpedoman pada tabel interval koefisien yang sebelumnya sudah disajikan

dalam Metode Penelitian pada Bab 3. Untuk perhitungan lebih lanjut terkait ini dapat dilihat pada Lampiran 28.

Setelah diketahui nilai r = 0,049 maka dapat dicocokan pada tabel dan dapat diketahui tingkat hubungan yang ada antar pengetahuan dan perilaku tersebut adalah Sangat Rendah. Yang mana dapat disimpulkan apabila masyarakat paham akan pengetahuan sampah tekstil maka masyarakat belum tentu melakukan hemat dalam berbelanja. Maka dari itu pengetahuan yang dimiliki masyarakat tidak menjamin masyarakat peduli akan hal tersebut.

Kemudian untuk uji hipotesis atau uji signifikan, yang mana menduga jawaban yang akan disimpulkan secara masal, atau mengetahui hubungan dua variabel atau lebih dalam sampel yang terlebih dahulu dihitung Analisis korelasinya. Untuk korelasi product moment sendiri dapat digunakan Uji t. Kemudian apabila digunakan SPSS didapatkan nilai yang dapat dilihat kembali pada Tabel 18 dimana terdapat hasil Sig.(2-tailed) sebesar 0,908 . yang mana ketentuannya adalah H0 diterima jika sig. > 0,05 . sehingga keputusannya karena sig. = 0,908 yang mana nilai tersebut adalah diatas 0,05 maka H0 diterima (Ha ditolak) maka tidak ada hubungan antara pengetahuan dan respon tersebut. Sedangkan rumusan hipotesis uji dua pihak adalah sebagai berikut :

H0 : Tidak ada hubungan antara X dan Y yang signifikan

Ha : Ada hubungan antara X dan Y yang signifikan

Atau

H0 : $\rho = 0$ atau $r = 0$

Ha : $\rho \neq 0$ atau $r \neq 0$

Dimana:

$\rho$ adalah korelasi atau hubungan dalam populasi

r adalah korelasi atau hubungan dalam sampel

Pada korelasi pengetahuan smpah tekstil dengan seberapa banyak belanja, sama halnya seperti yang sebelumnya dicek korelasinya yaitu pengetahuan *Sustainable Fashion* dengan seberapa sering berbelanja.

Dimana seharusnya memiliki hubungan yang sangat kuat karena sampah tekstil akan menambah apabila masyatakat sering melakukan membeli pakaian tidak berguna hanya karena mereka ingin saja.

### 4.2.4. Analisis Komparasi

Pada penelitian ini dilakukan analisis komparatif, dimana bertujuan agar mengetahui apakah ada atau tidak perbedaan atau persamaan antar variabel, yang mana nantinya akan dibandingkan dua variabel atau lebih. Adapun dalam menguji analisis komparatif terdapat banyak tekhnik yang dapat digunakan sesuai dengan jenis data yang ada, dan dalam menentukan Teknik yang akan digunakan juga perlu mengetahui berapa sampel yang akan dibandingkan, karena Teknik yang digunakan untuk 2 sampel dan lebih dari dua sampel berbeda.

Dalam penelitian kali ini menggunakan Teknik Anova One Way dan Teknik T-Test. Adapun detail bagian dari point yang akan dibandingkan menggunakan metode Anova One way yaitu point Membandingkan respon antar Pekerjaan Responden dengan seberapa sering mereka melakukan belanja pakaian. Kedua, membandingkan respon antar Umur Responden dengan seberapa sering mereka berbelanja dan dimana mereka menemukan toko/gerai yang menerapkan *Sustainable Fashion*, dan bagaimana respon mereka terhadap kegiatan *Sustainable Fashion* yang mereka lakukan. Sedangkan untuk analisis dengan menggunakan Teknik t-test akan diujikan pada bagian Membandingan antara respon antar Gender dengan seberapa banyak mereka melakukan kegiatan *Sustainable Fashion* dan dimana menemukan toko/gerai yang menerapkan kegiatan *Sustainable Fashion*.

1. Pekerjaan

Pada bagian ini dilakukan analisis antara Pekerjaan dengan banyaknya masyarakat berbelanja, dimana dalam poin tersebut ingin diketahui apakah pekerjaan yang responden miliki akan berpengaruh dengan seberapa sering mereka berbelanja pakaian, contohnya apabila pekerjaan responden tersebut adalah karyawan sehingga mereka perlu berbelanja pakaian lebih banyak, atau bahkan yang sebagai ibu rumah

tangga yang lebih banyak berbelanja, dan seterusnya. Dalam analisis ini nantinya akan diketahui apakah ada perbedaan atau persamaan antar responden yang berbeda pekerjaannya.

Dan untuk syarat dapat dilakukannya metode anova one way adalah sebagai berikut :

- Sampel dari kelompok yang independent
- Data yang no metrik dari variabel
- Masing masing kelompok berdistribusi normal

Berdasarkan output SPSS maka didapatkan hasil analisis menggunakan metode Anova sebagai berikut :

Tabel 19 Anova Pekerjaan dengan Seberapa sering Berbelanja

| **ANOVA** | | |
|---|---|---|
| Banyaknya Belanja Pakaian Selama 1 Bulan | | |
| N | Sig. | Keterangan |
| 152 | 0,038 | lebih besar dari 0,05, sama secara signifikan/secara nyata. maka rata rata respon pada masing masing responden adalah sama dalam berbelanja pakaian dalam 1 bulan. |

Setelah dilakukan pengujian melalui SPSS didapatkan uji anova dengan analisis pada tabel diatas, dimana didapatkan nilai Sig. sebesar 0,038 .

Sedangkan dasar untuk pengambilan kesimpulan pada uji anova adalah sebagai berikut :

- Jika nilai sig. > 0,05 maka rata rata sama
- Jika nilai sig. < 0,05 maka rata rata berbeda

Maka dapat disimpulkan dengan nilai sig. 0,038 yang mana lebih kecil dari 0,05 , sehingga rata rata seringnya masyarakat berbelanja berdasarkan pekerjaannya berbeda secara signifikan atau secara nyata. Untuk perhitungan lebih lanjut terkait ini dapat dilihat pada Lampiran 29.

Dengan responden yang memiliki pekerjaan yang berbeda beda tentunya akan memiliki perbedaan dalam banyaknya belanja. Masyarakat yang memiliki pekerjaan seperti kantoran memungkinkan juga akan lebih banyak belanja karena membutuhkan pakaian diluar rumah yang beraneka ragam guna keperluan pekerjaan. Namun tidak menutup kemungkinan juga bahwa masyarakat yang memiliki pekerjaan akan jarang berbelanja, dengan salah satu faktornya mereka tidak memiliki banyak waktu untuk melakukan belanja, sehingga mereka menahan diri untuk belanja dan lebih fokus kepada pekerjaan. Begitu juga untuk pekerjaan pekerjaan yang lainnya. Sehingga dalam poin ini sudah sesuai dimana memang memungkinkan adanya perbedaan respon masyatakat pada perbedaan pekerjaan dalam berbelanja selama kurun waktu satu bulan.

Dalam penelitian Karimah (2013) juga mengatakan bahwa perbedaan pekerjaan akan berpengaruh dengan waktu yang dimiliki berbeda beda sehingga kesempatan untuk saling berbelanja juga berbeda beda. Contohnya pada karyawan mereka akan membutuhkan hari libur dahulu atau waktu kosong agar dapat berbelanja, mereka juga terkadang perlu menunggu turunnya gaji agar memiliki pendapatan yang lebih dan barulah dapat melakukan belanja. Kemudian pelajar/mahasisa, mereka juga membutuhkan waktu libur atau waktu senggang untuk melakukan belanja.

2. Gender

Pada poin ini dilakukan analisis komparatif antara gender dengan kegiatan *Sustainable Fashion* dan gender dengan toko yang menerapkan *Sustainable Fashion* yang mana pernah ditemukan oleh responden. Pada poin ini dilakukan analisis dengan menggunakan metode t-test karena hanya 2 data sampel saja (laki laki dan perempuan). Pada metode t-test ini juga perlu dipastikan terlebih dahulu jika data berdistribusi normal sehingga memenuhi untuk dilakukan metode t-test.

### a. Kegiatan *Sustainable Fashion*

Tabel 20 T-test komparatif gender dengan kegiatan *Sustainable Fashion*

| **T-TEST** | | |
|---|---|---|
| Dalam Kegiatan *Sustainable Fashion* | | |
| N | Sig. | Keterangan |
| 152 | 0,040 | lebih kecil dari 0,05, dan tidak sama secara signifikan/secara nyata. maka rata rata respon pada masing masing responden tidak sama dalam kegiatan *Sustainable Fashion* yang dilakukan |

Kemudian Setelah dilakukan pengujian melalui SPSS didapatkan pula hasil dari independent T-test dengan analisis pada tabel diatas, dimana didapatkan nilai Sig. sebesar 0,040 . Sedangkan dasar untuk pengambilan kesimpulan pada uji t-test ini adalah sebagai berikut :

- Jika nilai sig. > 0,05 maka rata rata sama
- Jika nilai sig. < 0,05 maka rata rata berbeda

Maka dapat disimpulkan dengan nilai sig. 0,435 yang mana lebih besar dari 0,05 , sehingga rata rata respon gender laki laki dan perempuan terhadap banyaknya melakukan kegiatan *Sustainable Fashion* berbeda secara signifikan atau secara nyata. Untuk perhitungan lebih lanjut terkait ini dapat dilihat pada Lampiran 30.

Pada analisis yang telah didapat dimana terlihat perbedaan respon antara laki laki dan perempuan terhadap menanggapi *sustainable fashion* ini juga didukung seperti apa yang ada di penelitian Saraswati (2012) dimana disana didapatkan kesimpulan pula bahwa jenis kelamin akan mempengaruhi respon terkait *sustainable lifestyle* karena berbagai faktor seperti perbedaan kebutuhan, perbedaan ekonomi, perbedaan usia, hingga pemahaman yang berbeda.

Dalam merespon kegiatan *Sustainable Fashion* antara laki laki dan perempuan akan berbeda. Hal tersebut dapat dibuktikan dari salah satu penelitian terkait kegiatan *Sustainable Fashion* berbelanja pakaian bekas, dimana respon perempuan dan laki laki berbeda, pada penelitian Karimah (2013) ini diketahui bahwa gender berpengaruh dalam membeli pakaian bekas. Karena mayoritas yang suka melakukan hal tersebut adalah perempuan. Dimana ini cukup mewakili bahwa perempuan lebih konsumtif dan lebih royal dari pada laki laki.serta perempuan juga cenderung lebih mengikuti tren yang berkembang pesat akibat dari globalisasi, namun bukan berarti laki laki tidak mengikuti tren, hanya saja perempuan lebih cenderung cepat menerima inovasi yang datang dari luar.

**b. Toko *Sustainable Fashion***

Selanjutnya dilakukan komparatif Kembali antara respon gender laki laki dan perempuan terhadap toko toko yang menerapkan *Sustainable Fashion* yang pernah ditemukan oleh responden, dan didapatkan data komparatif menggunakan t-test sebagai berikut :

Tabel 21 T-test komparatif gender dengan toko yang menerapkan kegiatan *Sustainable Fashion*

| **T-TEST** | | |
|---|---|---|
| Menemukan toko/tempat belanja yang menerapkan *Sustainable Fashion* | | |
| N | Sig. | Keterangan |
| 152 | 0,197 | lebih besar dari 0,05, maka sama secara signifikan/secara nyata. rata rata respon pada masing masing responden adalah sama dalam menemukan toko yag menerapkan *Sustainable Fashion* |

Kemudian Setelah dilakukan pengujian melalui SPSS didapatkan pula hasil dari independent T-test dengan analisis pada tabel diatas, dimana didapatkan nilai Sig. sebesar 0,197 . Sedangkan dasar untuk pengambilan kesimpulan pada uji t-test ini adalah sebagai berikut :

- Jika nilai sig. > 0,05 maka rata rata sama
- Jika nilai sig. < 0,05 maka rata rata berbeda

Maka dapat disimpulkan dengan nilai sig. 0,197 yang mana lebih besar dari 0,05 , sehingga rata rata respon gender laki laki dan perempuan terhadap menemukan toko/gerai yang melakukan kegiatan *Sustainable Fashion* adalah sama. Untuk perhitungan lebih lanjut terkait ini dapat dilihat pada Lampiran 31.

Selanjutnya untuk gender dengan menemukan toko tidak memiliki perbedaan. Dalam penemuan toko yang dimaksud disini adalah toko yang berada di online dan offline. Sedangkan salah satu faktor mengapa respon anar gender dalam menemukan toko sama adalah saat ini teknologi sudah maju dan semua orang dapat mengakses informasi, seperti informasi berbelanja online yang baik laki laki atau perempuan pun akan sama bisa menemukan online store, ditambah produk sustainable atau toko sustainable yang ditemukan di online baik produk untuk laki laki atau perempuan semua mudah ditemukan. Sedangkan offline store yang menerapkan *Sustainable Fashion* juga sudah menerapkan kegiatan *Sustainable Fashion*.

3. Umur

Selanjutnya pada bahasan berikutnya yakni melakukan komparatif antara umur responden dengan banyaknya responden berbelanja dan dan dengan seberapa banyak kegiatan sustainable yang dilakukan. Apakah yang lebih tua akan melakukan lebih banyak kegiatan *Sustainable Fashion* atau sebaliknya. Pada bahasan ini dilakukan uji dengan anova one way, karena lebih dari 2 sampel/data. Adapun syarat dilakukannya metode anova one way adalah sebagai berikut :

- Sampel dari kelompok yang independent
- Data yang no metrik dari variabel

- Masing masing kelompok berdistribusi normal

**a. Banyak Belanja**

Pada poin ini akan diketahui ada atau tidaknya perbedaan antar responden yang tua dan yang muda dalam melakukan belanja pakaian dalam sebulan. Berdasarkan output SPSS maka didapatkan hasil analisis menggunakan metode Anova sebagai berikut :

Tabel 22 Anova umur dengan belanja dalam sebulan

| **ANOVA** | | |
|---|---|---|
| Banyaknya Belanja Pakaian Selama 1 Bulan | | |
| N | Sig. | Keterangan |
| 152 | 0,032 | lebih kecil dari 0,05, tidak sama secara signifikan/secara nyata. maka rata rata respon pada masing masing responden tidak sama dalam berbelanja pakaian dalam 1 Bulan |

Selanjutnya dengan melihat hasil dari metode anova diatas didapatkan nilai sig. sebesar 0,032 yang mana nilai tersebut apabila ditarik kesimpulan berdasarkan ketentuan nilai sig. di anova maka 0,032 lebih kecil dari 0,05 , sehingga rata rata seringnya masyarakat berbelanja berdasarkan umurnya berbeda secara signifikan atau secara nyata, dimana yang berumur lebih tua lebih sering berbelanja, dibandingkan yang berusia muda. Umur yang lebih tua disini adalah kategori umur 36-50 tahun dan diatas 50 tahun, sedangkan umur muda adalah <20 tahun dan 20-36 tahun. Untuk perhitungan lebih lanjut terkait ini dapat dilihat pada Lampiran 32.

Dengan dilihat dari analisis pada poin ini diketahui bahwa hasil dari analisis menunjukan masyarakat yang lebih tua akan lebih sering berbelanja dibandinkan masyarakat dengan rentan usia yang lebih muda. Hal tersebut bertolak belakang dengan penelitian Permana (2020) mengatakan berdasarkan analisisnya bahwa usia muda rentan 20 tahun selalu melakukan transaksi secara rutin setidaknya satu kali dalam sebulan untuk berbelanja

di e-comers. Dan dalam penelitiannya dalam rentan umur 20-29 tahun juga masih sama dimana sering bertransaksi untuk berbelanja khususnya dalam penelitian ini adalah belanja online, dan berdasarkan penelitian ini, semakin tinggi usia yang mana intensitasnya semakin menurun.

**b. Kegiatan *Sustainable Fashion***

Pada poin ini akan dikomparatifkan antara umur responden dengan kegiatan *Sustainable Fashion* yang sebelumnya sudah pernah dilakukan oleh responden, dan dalam point ini akan terlihat apakah ada perbedaan dengan responden yang berusia muda dengan yang tua, apakah jika responden berusia muda memiliki tenaga yang lebih sehingga dapat timbul lebih banyak kegiatan *Sustainable Fashion* yang telah mereka lakukan, atau sebaliknya dimana lebih banyak dilakukan oleh responden yang berusia tua. Kemudian berdasarkan output SPSS maka didapatkan hasil analisis menggunakan metode Anova sebagai berikut :

Tabel 23 Anova komparatif umur dengan *Sustainable Fashion*

| **ANOVA** | | |
|---|---|---|
| Dalam Kegiatan *Sustainable Fashion* | | |
| N | Sig. | Keterangan |
| 152 | 0,435 | lebih besar dari 0,05, sama secara signifikan/secara nyata. maka rata rata respon pada masing masing responden adalah sama dalam melakukan kegiatan *Sustainable Fashion* |

Setelah dilakukan uji homogen maka dilanjutkan dengan uji anova one way dengan SPSS dan didapatkan nilai sig. sebesar 0,435 . yang mana dalam anova sendiri ketentuannya adalah sebagai berikut :

- Jika nilai sig. > 0,05 maka rata rata sama
- Jika nilai sig. < 0,05 maka rata rata berbeda

Maka dapat disimpulkan bahwa sig. 0,435 merupakan diatas 0,05 yang mana rata ratanya berarti sama. Maka dapat diartikan bahwa umur tidak mempengaruhi banyaknya kegiatan *Sustainable Fashion* yang sudah dilakukan responden. Untuk perhitungan lebih lanjut terkait ini dapat dilihat pada Lampiran 33. Dengan hasil analisis yang didapatkan adalah sama maka segala bentuk aktifitas atau kegiatan *Sustainable Fashion* dirasa bisa dilakukan oleh segala kalangan. Namun tetap memungkinkan juga adanya ketidak samaan karena aktifitas orang yang sudah tua dan yang muda akan berbeda, maka dari itu tidak semua aktifitas atau kegiatan *Sustainable Fashion* yang dilakukan akan sama.

**c. Menemukan Toko/Gerai *Sustainable Fashion***

Pada poin ini akan dikomparatifkan antara umur dengan respon responden dalam menemukan toko yang menerapkan *Sustainable Fashion*, dan dalam point ini akan terlihat apakah ada perbedaan dengan responden yang berusia muda dengan yang tua. Kemudian berdasarkan output SPSS maka didapatkan hasil analisis menggunakan metode Anova sebagai berikut :

Tabel 24 Anova komparatif umur dengan dimana menemukan toko/gerai yang menerapkan *Sustainable Fashion*

| **ANOVA** | | |
|---|---|---|
| Menemukan toko/tempat belanja yang menerapkan *Sustainable Fashion* | | |
| N | Sig. | Keterangan |
| 152 | .230 | lebih besar dari 0,05, sama secara signifikan/secara nyata. maka rata rata respon pada masing masing responden adalah sama dalam menemukan toko yag menerapkan *Sustainable Fashion* |

Setelah dilakukan uji homogen maka dilanjutkan dengan uji anova one way dengan SPSS dan didapatkan nilai sig. sebesar 0,230 . yang mana dalam anova sendiri ketentuannya adalah sebagai berikut :

- Jika nilai sig. > 0,05 maka rata rata sama
- Jika nilai sig. < 0,05 maka rata rata berbeda

Maka dapat disimpulkan bahwa sig. 0,230 merupakan diatas 0,05 yang mana rata ratanya berarti sama. Maka dapat diartikan bahwa umur tidak mempengaruhi responden dalam menemukan toko/gerai yang menerapkan *Sustainable Fashion*. Untuk perhitungan lebih lanjut terkait ini dapat dilihat pada Lampiran 34.

Dalam analisis ini mendapatkan hasil antar usia akan memiliki respon yang sama dalam menemukan toko yang menerapkan *Sustainable Fashion*. Namun nyatanya tetap lebih besar masyarakat dengan umur yang muda yang bisa melakukan lebih banyak penemuan toko melalui online, karena masyarakat dengan rentan usia yang lebih tua tidak banyak yang mengetahui bagaimana berbelanja secara online. Seperti dalam salah satu penelitian terkait e-comerrs dimana pada penelitian Permana (2020) pengguna e-comers paling banyak masih dalam rentan usia 20 tahunan.

### 4.2.5. *Sustainable Fashion* yang ada di Indonesia

Selain dilakukan kegiatan *Sustainable Fashion* dari diri sendiri, banyak komunitas ataupun perusahaan swasta hingga beberpa prodak local Indonesia yang sudah mendukung atau menerapkan kegiatan ini. Sehingga dari sini dapat mengetahui sejauh mana *Sustainable Fashion* di negara Indonesia sendiri. Adapun detail dari penjelasan diatas dapat dilihat dari point point berikut :

1. *Start Up* Pengelola Sampah Tekstil

   Di Indonesia sendiri sudah ada perusahaan swasta yang mana mengembangkan usaha dalam mengelola sampah tekstil, salah satunya adalah Pable, dimana mereka melakukan daur ulang dan memproses kembali menjadi material terbarukan (secondary material), sehingga

nantinya dapat digunakan kembali menjadi bahan siap olah berupa kain tanpa harus mengeksploitasi material baru (virgin material).

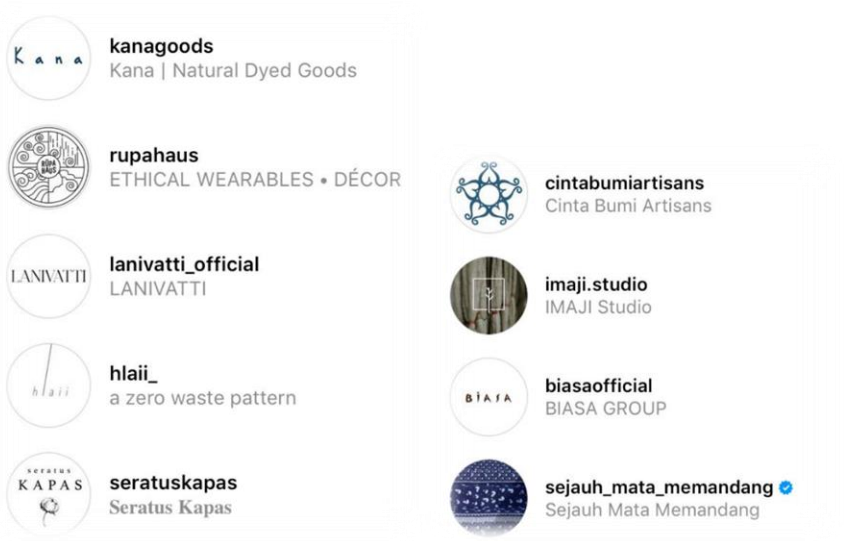
Kemudian selain hasil produk berupa kain, Pable juga menghasilkan dacron yang mana nantinya dapat dijadikan isi dari boneka/bantal. Dacron sendiri dihasilkan dari proses secondary material yang mana kain spandek hanya bisa hingga proses ini dan didapatkanlah dacron tersebut, sedangkan dari kain kain lain akan melanjutkan proses selanjutnya hingga menjadi benang dan dijadikan kain.

Dengan menjadikan kain sebahagai hasil produk dari Pable , mereka juga berkerjasama dengan berbagai penenun dari berbagai desa di Indonesia, dengan mengangkat kearifan local sehingga dari perusahaan ini juga berharap akan memajukan masyarakat desa sekitar dengan mensupport hasil tenunnya. Kemudian sebelum dilakukan proses produksi hingga menjadi benang dan fiber, mereka akan melakukan sortir kain/hasil sampah tekstil yang didapatkan terlebih dahulu, dan apabila ada kancing atau acessoris lain pada pakaian maka tidak dapat didaur ulang dan akan dikumpulkan untuk dapat dikilokan. Adapun beberapa hasil dari pable nantinya akan dilampirkan dalam lampiran 35 diakhir laporan penelitian ini.

2. Local Brand

Seperti yang diketahui saat ini, fashion dari prodak local banyak dikenal juga dikalangan masyarakat. Produk brand local yang tidak kalah dari produk luar mampu menarik perhatian masyarakat khususnya pada tren fashion. Brand local sendiri sudah banyak yang melakukan pembutan produk dengan menerapkan *Sustainable Fashion* pada produknya dan system kerja yang digunakan.

Adapun peran peran yang telah brand brand local ini lakukan antara lain seperti memulai dengan menggunakan bahan ramah lingkungan, hingga beberapa brand yang menggunakan penenun tradisional yang mana mereka mementingkan perkembangan ekonomi bagi masyarakat desa yang bekerja dengan menenun. Adapun beberapa brand local yang menerapkan *Sustainable Fashion,* antara lain adalah sebagai berikut :




Gambar 33 Brand Local *Sustainable Fashion*

Berdasarkan dari gambar diatas maka dapat dijelaskan dari beberapa brand diatas, seperti Cinta Bumi Artisans, dimana mereka menerapkan *Sustainable Fashion* dengan menggunakan bahan pewarna dari tumbuhan dan buah buahan, baik dari biji buah hingga kulit buah. Salah satu contohnya mereka menciptakan warna coklat dari biji buah alpukat yang telah dilunakkan.

Kemudian terdapat brand Kana Goods, yang mana mereka menggunakan bahan alami dimana menggunakan pewarna alami dari tumbuhan Indigofera Tinctoria dan batik tulis tangan kontemporer. Local brand ini juga memproduksi pakaian dengan satu ukuran, dengan tujuan agar mengurangi kemungkinan produksi berlebih pada produknya. Local brand ini memiliki misi untuk meningkatkan kesadaran tentang masalah lingkungan melalui penyampaian nilai pewarna alami Indonesia.

Selanjutnya terdapat local brand Sejauh Mata Memandang, yang menggunakan material yang ramah lingkungan. Kemudian brand ini juga mementingkan kesejahteraan para pekerjanya dan brand ini berusaha mengurangi limbah. Brand ini juga bekerja sama dengan Pable yang sebelumnya telah dijelaskan diatas. Brand Sejauh Mata Memandang menggunakan bahan dari Tancel, bahan tersebut merupakan serat berbasis

selulosa yang mana mudah terurai. Kemudian brand ini juga menerapkan berbagai kegiatan yang mengajak customernya menerapkan Pelestarian Lingkungan, seperti mereka memfasilitasi customer dengan menjanjikan akan ditanamkan 1 tanaman dalam pembelian 1 produknya.

3. Sewa

   Selanjutnya *Sustainable Fashion* juga dapat dilakukan dengan menerapkan *borrow* dalam fashion. Seperti maminjam atau menyewa pakaian. Di Indonesia sendiri sudah banyak online shop yang menyediakan sewa baju, serta sering juga ditemui di berbagai salon.

   Kegiatan sewa pakaian ini terkadang lebih umum ditujukan untuk pakaian yang digunakan hanya pada acara acara tertentu, seperti pakaian untuk acara nikahan hingga acara pesta lainnya. Di Indonesia sendiri sudah ada *The Style Theory* yang mana dapat dilakukan sewa pakaian seharga Rp.590.000,- dengan mendapatkan 5 pakaian yang berbeda.

4. Platform Jual Beli Barang Bekas

   Dengan mengaplikasikan sustainable pada fashion salah satunya dapat dilakukan dengan menjual pakaian yang sudah tidak terpakai, pakaian tersebut juga dapat diuangkan dan dapat dimanfaatkan untuk kepentingan yang lain.

   Di Indonesia sendiri sudah banyak platform tempat orang melakukan jual beli barang bekas, seperti pada aplikasi Carousell, yang mana disana bisa dilakukan jual beli barang bekas termasuk pakaian. Kemudian ada Sadari Sedari, dimana mereka menyediakan wadah bagi masyarakat dapat melakukan penyumbangan pakaian layak pakai dan atau pakaian dapat dijual.

   Selanjutnya ada *Thrifting* dimana masyarakat dapat membeli pakaian bekas yang sudah disortir oleh pedagang dan terkadang juga sudah di cuci bersih bahkan pakaian pakaian ini masi seperti baru. Tren ini juga sedang ramai dilakukan dikalangan anak muda, karena mereka dapat memiliki pakaian yang hanya ada 1 dan kemungkinannya sangat kecil untuk sama dengan pembeli yang lain.

5. Tukar Baju

Tukar baju merupakan Gerakan untuk mengurangi limbah tekstil dan berkontribusi dalam ethical fashion. Gerakan ini dibuat oleh Zero Waste Indonesia. Tukar baju sendiri sudah sering mengadakan event di beberapa kota seperti Jakarta, Tangerang, Bandung, hingga Yogyakarta.

Tukar baju ini dilakukan dengan cara masyarakat membawa baju layak pakai dengan beberapa kriteria dari Tukar Baju sebanyak 5 baju yang mana kemudian akan mereka tukarkan dengan baju yang tersedia di event. Kemudian baju baju yang masyarakat bawa akan disajikan Kembali untuk pendatang pendatang berikutnya di event tersebut.

Tukar baju ini juga baru saja mengadakan open donasi untuk pakaian berbahan Denim dan Cotton di wilayah Jabodetabek yang mana dapat dilakukan juga di luar wilayah tersebut dengan mengirimkan baju yang akan didonasikan. Kegiatan ini juga bekerja sama dengan Pendekarbaju.id , dimana ini adalah platform mendonasikan pakaian. Dengan adanya donasi ini maka dapat dijadikan *Fashion Waste Bank*, dimana nantinya masyarakat dapat mengirim sampah tekstilnya dan mendapatkan uang.




Gambar 34 Gerakan Tukar Baju

Untuk bentuk bentuk sustainable yang sudah ada di indonesia diatas bersumber dari pengalaman penulis sendiri dan beberapa ada yang didapat sumbernya dari sosial media (instagram) yang mana dapat dikatakan valid juga sumbernya karena berdasarkan informasi yang ada di instagram juga sudah terdapat banyak bukti nyatanya seperti testi dari pada followersnya atau bentuk interaksi yang ada dalam instagram. contohnya untuk kegiatan thrift sendiri saya sudah pernah mencoba membelinya dan memang nyata adanya, kemudian platform2 jual beli barang bekas yang mana penulis juga sudah pernah menggunakannya, kemudian kegiatan tukar baju dan beberapa onlineshop yang menerapkan menggunakan bahan yang alamai mereka sudah mendemokan dan memberi banyak testi serta adanya komunikasi yang baik di instagram mereka dengan para pengikut mereka yang mana itu dapat dijadikan testimoni yang baik untuk bisa diangkat dan saya coba jabarkan di penelitian ini.

# BAB V
# SIMPULAN DAN SARAN

## 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis mengenai "**Analisis Respon dan Perilaku Masyarakat Indonesia Terhadap *Sustainable Fashion* di Indonesia**" maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1) Dari total 152 responden diketahui 18% masyarakat memiliki respon yang kurang baik terhadap *Sustainable Fashion* di Indonesia, 71% masyarakat memiliki respon yang baik terhadap *Sustainable Fashion* di Indonesia, dan 11% masyarakat yang memiliki respon sangat baik terhadap *Sustainable Fashion* di Indonesia .
2) Dari total 152 responden diketahui 40% masyarakat Indonesia memiliki perilaku yang kurang baik terhadap *Sustainable Fashion* di Indonesia, 51% masyarakat memiliki perilaku yang baik terhadap *Sustainable Fashion* di Indonesia, dan 9% masyarakat Indonesia memiliki perilaku sangat baik terhadap *Sustainable Fashion* di Indonesia.
3) Hubungan pada respon dan perilaku:
    - Pada pengetahuan *Sustainable Fashion* dengan sampah tekstil didapatkan nilai korelasi r = 0,106. Kemudian pengetahuan *Fast Fashion* dan sampah tekstil dengan kegiatan *Sustainable Fashion* dengan nilai r = 0,043. Pengetahuan *Fast Fashion* dan sampah tekstil dengan *Sustainable Fashion* dengan nilai r = 0,160. Selanjutnya pengetahuan responden terhadap *Sustainable Fashion* dengan kegiatan *Sustainable Fashion* yang dilakukan responden dengan nilai r = 0,131. Dan pada pengetahuan sampah tekstil dengan seberapa banyak masyatakat berbelanja dalam kurun waktu satu bulan dengan nilai r = 0,009. Yang mana dari semua nilai r yang didapatkan tersebut menunjukan tingkatan hubungan yang sangat rendah.

- Tidak ada hubungan pada pengetahuan *Sustainable Fashion* dengan seberapa sering masyarakat melakukan berbelanja dalam kurun waktu satu bulan dengan nilai korelasi r = -0,143

4) Perbedaan pada respon dan perilaku:

Terdapat perbedaan yang signifikan pada :

- Respon antar pekerjaan tehadap banyaknya mereka berbelanja dalam kurun waktu sebulan dengan Sig. 0,038
- Respon antar gender dalam kegiatan *Sustainable Fashion* dengan Sig. 0,040
- Respon antara responden muda (rentan usia <20Tahun dan 20-35 tahun) dan responden tua (usia 36-50 Tahun dan >50 Tahun) dalam berbelanja selama satu bulan dengan nilai Sig.0,032

Terdapat tidak adanya perbedaan jawaban pada :

- Respon antar gender dalam menemukan toko/gerai *Sustainable Fashion* dengan nilai Sig. 0,197
- Respon antar gender dalam kegiatan *Sustainable Fashion* yang dilakukan dengan nilai Sig. 0,435
- Respon antar umur dalam menemukan tempat belanja yang menerapkan *Sustainable Fashion* dengan nilai Sig. 0,230

## 5.2 Saran

Untuk penelitian berikutnya :

- Perlunya dilakukan uji validitas dan reabilitas dalam melakukan pengukuran agar diketauhi sah atau valid tidaknya kuesioner sebelum memulai analisis
- Dapat ditambahkan pertanyaan pendapatan responden tiap bulan untuk dibandingkan dengan respon dan perilaku terhadap *Sustainable Fashion*, yang mana pendapatan sendiri dapat menjadi faktor lain penyebab masyarakat melakukan kegiatan *Sustainable Fashion*.

Untuk masyarakat :

- Pada hasil analisis komparatif dimana ingin mengetahui perbedaan respon antar gender dalam melakukan Kegiatan *Sustainable Fashion* yang mana dari gender laki laki lebih banyak melakukan kegiatan *Sustainable Fashion*, dari sini dapat menjadi saran bagi masyarakat perempuan diluar sana dapat pula melakukan hal hal kecil yang seringkali disukai perempuan namun tetap mengedepankan *Sustainable Fashion*, seperti contohnya melakukan kegiatan berbelanja namun berbelanja pakaian di Thrifshop, dan sebagainya.
- Pada analisis komparatif diketahui terdapat perbedaan jumlah berbelanja Ibu rumah tangga yang lebih banyak berbelanja pakaian disbanding orang kantor yang membutuhkan lebih banyak pakaian dan kebutuhan sandang pakaian dalam pergi begerja, hal tersebut dapat menjadi saran bagi toko/gerai/retail yang melakukan penjualan pakaian untuk Wanita dapat menerapkan produksi pakaian dengan bahan yang ramah lingkungan
- Kemudian kegiatan *Sustainable Fashion* yang selalu ditemui masyarakat dalam gerai/toko paling banyak adalah dengan toko/gerai tersebut melakukan peduli terhadap sampah plastic, hal tersebut bisa terus dikembangkan, dengan menambah atau berinovasi kegiatan lain yang berhungan dengan sustainable yang dapat diterapkan dalam toko/gerai

*"Halaman ini sengaja dikosongkan"*

# DAFTAR PUSTAKA


Aisyah, Siti. 2020. **Analisis Recycle Limbah Tekstil (Lace dan Tulle) dalam Pembuatan Busana Pesta Balita Perempuan**. *e-journal*. **Vol 09**. No: 2. p: 148-156.

Al-Kdasi, A., Idris, A., Saed, K. dan Guan, C.T., 2004. **Treatment of Textile Wastewater by Advanced Oxidation Processes**. *Global Nest the Int. J*. **Vol 6**. p: 222-230.

Alpen, Hendrik., Buetler, Michael., Binder, Marc., Daveu, Marie-Claire., Deimling, Sabine., Gedda, Anna., Greer, Linda., Jastram, Sarah., Johnston, Leslie., Mamic, Ivanka., McDonough, William., Mowbray, John., Picard-Deyme, Emmanuelle., Quarshie, Irene., Saini, Harsh., Sumner, Mark., Vallejo, Geraldine., Williams, Dilys., and Ostlund, Asa. 2017. **Pulse Of The Fashion Industri 2017**.

Arikunto, Suharsimi. 2003. **Manajemen Penelitian**. Jakarta: Rineka Cipta.

Arikunto, Suharsimi. 2010. **Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik**. Jakarta: Rineke Cipta.

Azwar, Saifuddin. 2015. **Sikap Manusia (Teori dan Pengukurannya)**. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Barnes, L., Lea-Greenwood, G. 2006. **Fast Fashioning the supply chain: shaping the research agenda**. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*.

Bestari, Afif Ghurub. 2020. **Pembuatan Tote Bag Dengan Hiasan Textile Painting Sebagai Upaya Sustainable Fashion**.

Bhardwaj, V., Fairhurst, A. 2010. **Fast Fashion: response to changes in the fashion industri**. *The international review of retail, distribution and consumer research*. 20(1). p: 165-173.

Bick, R., Halsey, E., & Ekenga, C. C. 2018. **The global environmental injustice of Fast Fashion**. *Environmental Health*. 17(1). p: 92.

Change, N.C. 2018. **The price of Fast Fashion**.

Christopher, M., Lowson, R., Peck, H. 2004. **Creating agile supply chains in the fashion industri**. *International Journal of Retail and Distribution Management*.

Darmadi, Hamid. 2013. **Metode Penelitian Pendidikan dan Sosial**. Bandung: Alfabeta.

Ellen. 2017. **A new textiles economy: Redesigning fashion's future**.

Fletcher, K. 2010. **Slow Fashion: An Invitation For Systems**. *Routledge*. **Vol 2**. p: 259-265.

Ghozali, I. 2016. *Aplikasi* **Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23**. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Haug, Anders., and Busch, Jacob. 2015. **Towards an ethical fashion framework. Fashion Theory**.

Hendrik Alpen, M.B., Marc Binder., MarieClaire Daveu., Sabine Deimling., Anna Gedda., Linda Greer., Sarah Jastram., Leslie Johnston., Ivanka Mamic., William McDonough., John Mowbray., Emmanuelle Picard-Deyme., Irene Quarshie., Harsh Saini., Mark Sumner., Géraldine Vallejo., Dilys Williams., and Åsa Östlund,. 2017. **Pulse of The Fashion Industri 2017**.

Hu, Zhi-Hua., Li, Qing., Chen, Xian-Juan., and Wang, Yan-Feng. 2014. **Sustainable rent-based closed-loop Supply Chain for Fashion Products**. *Sustainability*. **Vol 6**. p: 7063-7088.

Husein, Umar. 2011. **Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis Edisi 11**. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.

Karimah, Nisa ul., Drs. Syafrizal, M.Si. 2013. **Motivasi Masyarakat Membeli Pakaian Bekas di Pasar Senapelan Pekanbaru**.

Kartono, Kartini. 2014. **Pemimpin dan Kepemimpinan**. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Kim, H., Choo, H. J., & Yoon, N. 2013. **The motivational drivers of Fast Fashion avoidance**. *Journal of Fashion Marketing and Management*. **Vol 17**. No: 2. p: 243-260.

Leman, Fiona May., Soelityowati, S.Pd., Purnomo, Jennifer, B.A.,M.Fashion. 2020. **Dampak Fast Fashion Terhadap Lingkungan**.

Loetscher, S. 2017. **Changing Fashion The Clothing and Textile Industri at The Brink of Radical TranSustainable Fashionormation**. Switzerland: WWF Switzerland.

Muazimah, Ajriah. 2020. **Pengaruh Fast Fashion Terhadap Budaya Konsumerisme dan Kerusakan Lingkungan di Indonesia**. *JOM FISIP*. **Vol 7**. Edisi II.

Mulyanti, Kurniawati., Fachrurozi A. 2016. **Analisis Sikap dan Perilaku Masyarakat Terhadap Pelaksanaan Program Bank Sampah (Studi Kasus Masyarakat Keseluruhan Bahagia Bekasi Utara)**. Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen dan Kewirausahaan. Vol 10. No: 2.

Nidia, Chanifathin., dan Suhartini, Ratna. 2020. **Dampak Fast Fashion dan Peran Desainer Dalam Menciptakan Sustainable Fashion**. *e-Journal*. **Vol 09**. No: 2. p: 157-166.

Nielsen. 2014. ***Increasingly, consumers care about corporate social responsibility, but does concern convert***.

Notoatmodjo, Soekidjo. 2010. **Ilmu Perilaku Kesehatan**. Jakarta: Penerbit Rineka Cipta.

Notoatmodjo, Soekidjo. 2003. **Pendidikan dan Perilaku Kesehatan**. Jakarta: Penerbit Rineka Cipta.

Novita. 2016. **Teknologi Daur Ulang Limbah Tekstil Padat Yang Dikoleksi Dari Tempat Pembuangan Akhir (TPA) Gampong Jawa Banda Aceh**. *Jurnal Biotik*. **Vol 4**. No: 2. p: 111-116.

O'Connor, M.C. 2014. **Inside the lonely fight against the biggest environmental problem you've never heard of 2014**.

Permana, Alvin Edgar., Reyhan, Arvy Muhammad., Rafli, Hidayattul., Rakhmawati, Nur Aini. 2020. **Analisa Transaksi Belanja Online Pada Masa Pandemi Covid-19**. *Jurnal TEKNOINFO*. **Vol 15**. No: 1. p: 32-37.

Rahmawaty, Dewi., Nadiroh., Husen, Achmad., Purwanto, Agung., Astra, I Made. 2021. **Sustainable Fashion Sebagai Upaya Gerakan Zero Waste Dalam Pembangunan Berkelanjutan Oleh Desainer**. *Community Development*. **Vol 2**. No: 2. p: 431-437.

Risnandar, H., dan K. Kurniawan, 1998. **Penyerapan Zat Warna Tekstil dengan Menggunakan Jerami Padi**.

Saputro, Rivaldi L. 2018. **Thriftstore Surabaya (Studi Deskriptif Tentang Upaya Mempertahankan Eksistensi Pakaian Bekas Sebagai Budaya Populer di Surabaya)**. *AntroUnairdotNet*. **Vol VII**. No: 3. p: 335-349.

Sarwoko. 2007. **Statistik Inferensi Untuk Ekonomi dan Bisnis**. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Sawiji, Hening Wikan. 2019. **There's More to Fashion than Vogue: Strategi Fashion Revolution Indonesia dan Isu Kualitas Hidup Buruh**. *Jurnal PKS*. **Vol 19**. No: 1. p: 11-19.

Şen, A. 2008. **The US fashion industri: a supply chain review**. *International Journal of Production Economics*. **Vol 114**. No: 2. p: 571-593.

Shinta, Fairus. 2018. **Kajian Fast Fashion dalan Percepatan Budaya Konsumerisme**. *Jurnal Rupa*. **Vol 03**. No: 01. p: 61-76.

Sofiani, Sarah Safira., Saefuloh, Deddy. 2019. **Penggerak Niat Perilaku Pembelian Produk Fesyen Ramah Lingkungan dengan Teori Perilaku yang Direncanakan**.

Sugiyono. 2007. **Statistika Untuk Penelitian**. Bandung: CV Alfabeta.

Sugiyono, 2008. **Metode Penelitian Bisnis**. Bandung: CV Alfabeta.

Sugiyono. 2012. **Memahami Penelitian Kuantitatif**. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2013. **Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D**. Bandung: CV Alfabeta.

Sugiyono. 2016. **Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D**. Bandung: IKAPI.

Suryabrata, S. 2014. **Metodologi Penelitian**. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Susanti, E. 2013. **Penelitian kualitatif Metode penelitian sosial**. Jakarta: Kencana.

Tahalele, Yoanita, B.A.,M.A., dan Widyakirana, Renjana, B.A.,M.A. 2020. **Analisis Produk Fesyen Berkelanjutan: Tantangan dan Penentu Keberhasilan**.

Thomas, Dana. 2019. **Fashionopolis: The Price Of Fast Fashion and The Future Of Clothes**.

Weber, S., Lynes, J., & Young, S. B. 2017. **Fashion interest as a driver for consumer textile waste management: reuse, recycle or disposal**. *International Journal of Consumer Studies*. **Vol: 41**. No: 2. p: 207-215.

Winarno, Surakhmad. 1998. **Pengantar Penelitian Ilmiah Dasar**. Bandung: Tarsito.

*"Halaman ini sengaja dikosongkan"*

# LAMPIRAN

**Lampiran 1** Tabel Deskriptif Variabel Respon (Dampak Negatif Sampah Tekstil)

**Statistics**

DNST

| | | |
|---|---|---|
| N | Valid | 152 |
| | Missing | 0 |
| Mean | | 2.65 |
| Median | | 2.00 |
| Std. Deviation | | 1.192 |
| Minimum | | 1 |
| Maximum | | 4 |

**DNST**

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---|---|---|---|---|---|
| Valid | Tingkat konsumsi manusia yang semakin meningkat | 28 | 18.4 | 18.4 | 18.4 |
| | Rendahnya pengetahuan dan kesadaran masyarakat akan sampah tekstil | 59 | 38.8 | 38.8 | 57.2 |
| | Lemahnya peraturan yang dibuat oleh pemerintah | 3 | 2.0 | 2.0 | 59.2 |
| | Kurangnya pengelolaan sampah tekstil di Indonesia | 62 | 40.8 | 40.8 | 100.0 |
| | Total | 152 | 100.0 | 100.0 | |

**Lampiran 2** Tabel Deskriptif Variabel Respon (Pengertian Sampah Tekstil)

**Descriptive Statistics**

| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|---|---|---|---|---|---|
| Merupakan sampah pakaian dari rumah tangga | 152 | 0 | 1 | .27 | .445 |
| Merupakan sampah kain perca sisa produksi di industri tekstil | 152 | 0 | 1 | .50 | .502 |
| Hasil jadi dari produk industri tekstil | 152 | 0 | 1 | .16 | .372 |
| Sampah kain baik pakaian atau non pakaian yang berasal dari industri/non industri yang sudah digunakan maupun belum digunakan | 152 | 0 | 1 | .75 | .434 |
| Valid N (listwise) | 152 | | | | |

**PST Frequencies**

| | | Responses | | Percent of |
|---|---|---|---|---|
| | | N | Percent | Cases |
| PST[a] | Merupakan sampah pakaian dari rumah tangga | 41 | 16.0% | 27.2% |
| | Merupakan sampah kain perca sisa produksi di industri tekstil | 76 | 29.7% | 50.3% |
| | Hasil jadi dari produk industri tekstil | 25 | 9.8% | 16.6% |
| | Sampah kain baik pakaian atau non pakaian yang berasal dari industri/non industri yang sudah digunakan maupun belum digunakan | 114 | 44.5% | 75.5% |
| Total | | 256 | 100.0% | 169.5% |

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

**Lampiran 3** Tabel Deskriptif Variabel Respon (Penanganan Sampah 3R)

**Descriptive Statistics**

| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|---|---|---|---|---|---|
| Reduce (mengurangi pemakaian) | 152 | 0 | 1 | .57 | .496 |
| Reuse (menggunakan kembali) | 152 | 0 | 1 | .66 | .474 |
| Recycle (mendaur ulang) | 152 | 0 | 1 | .83 | .378 |
| Tidak satupun diatas | 152 | 0 | 1 | .02 | .140 |
| Valid N (listwise) | 152 | | | | |

**SAMPAH3R Frequencies**

| | | Responses | | Percent of |
|---|---|---|---|---|
| | | N | Percent | Cases |
| SAMPAH3R[a] | Reduce (mengurangi pemakaian) | 87 | 27.4% | 57.2% |
| | Reuse (menggunakan kembali) | 101 | 31.9% | 66.4% |
| | Recycle (mendaur ulang) | 126 | 39.7% | 82.9% |
| | Tidak satupun diatas | 3 | 0.9% | 2.0% |
| Total | | 317 | 100.0% | 208.6% |

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

**Lampiran 4** Tabel Deskriptif Variabel Respon (Penanganan Sampah Tekstil di Indonesia)

**Descriptive Statistics**

| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|---|---|---|---|---|---|
| Dijual kiloan | 152 | 0 | 1 | .28 | .449 |
| Dilakukan daur ulang | 152 | 0 | 1 | .93 | .249 |
| Dibakar | 152 | 0 | 1 | .12 | .324 |
| Dikubur dalam tanah | 152 | 0 | 1 | .08 | .271 |
| Valid N (listwise) | 152 | | | | |

**PSTL Frequencies**

| | | Responses | | Percent of |
|---|---|---|---|---|
| | | N | Percent | Cases |
| PSTL[a] | Dijual kiloan | 42 | 19.6% | 27.6% |
| | Dilakukan daur ulang | 142 | 66.4% | 93.4% |
| | Dibakar | 18 | 8.4% | 11.8% |
| | Dikubur dalam tanah | 12 | 5.6% | 7.9% |
| Total | | 214 | 100.0% | 140.8% |

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

**Lampiran 5** Tabel Deskriptif Variabel Respon (Hasil Daur Ulang Sampah Tekstil yang ditemukan)

**Descriptive Statistics**

| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|---|---|---|---|---|---|
| Menjadi Kerajinan yang lebih bermanfaat | 152 | 0 | 1 | .91 | .290 |
| Menjadi material terbarukan, sehingga dapat digunakan kembali menjadi bahan siap olah tanpa mengeksploitasi material baru | 152 | 0 | 1 | .42 | .495 |
| Mengubah sampah tekstil menjadi pakaian baru layak pakai | 152 | 0 | 1 | .55 | .500 |
| Valid N (listwise) | 152 | | | | |

**DUST Frequencies**

| | | Responses | | Percent of |
|---|---|---|---|---|
| | | N | Percent | Cases |
| DUST[a] | Menjadi Kerajinan yang lebih bermanfaat | 138 | 48.4% | 90.8% |
| | Menjadi material terbarukan, sehingga dapat digunakan kembali menjadi bahan siap olah tanpa mengeksploitasi material baru | 64 | 22.5% | 42.1% |
| | Mengubah sampah tekstil menjadi pakaian baru layak pakai | 83 | 29.1% | 54.6% |
| Total | | 285 | 100.0% | 187.5% |

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

**Lampiran 6** Tabel Deskriptif Variabel Respon (Pengertian *Fast Fashion*)

**Statistics**

PFF

| | | |
|---|---|---|
| N | Valid | 152 |
| | Missing | 0 |
| Mean | | 2.68 |
| Median | | 3.00 |
| Std. Deviation | | .715 |
| Minimum | | 1 |
| Maximum | | 3 |

**PFF**

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---|---|---|---|---|---|
| Valid | *Fast Fashion* adalah pergantian model yang cepat dalam suatu brand | 22 | 14.5 | 14.5 | 14.5 |
| | *Fast Fashion* adalah tren di suatu brand pakaian yang dijual dengan harga yang murah | 5 | 3.3 | 3.3 | 17.8 |
| | *Fast Fashion* istilah industri tekstil, model fashion berganti dlm waktu sangat singkat, & menggunakan bhn yg buruk, tdk tahan lama | 125 | 82.2 | 82.2 | 100.0 |
| | Total | 152 | 100.0 | 100.0 | |

**Lampiran 7** Tabel Deskriptif Variabel Respon (Dampak *Fast Fashion*)

**Descriptive Statistics**

| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|---|---|---|---|---|---|
| Meningkatnya jumlah sampah tekstil hingga sampah plastik yang mana ada dalam kandungan bahan tekstil | 152 | 0 | 1 | .77 | .422 |
| Terciptanya pekerja yang tidak sesuai, seperti pekerja yang berusia dibawah umur | 152 | 0 | 1 | .11 | .316 |
| Membahayakan Kesehatan dan keselamatan pekerja | 152 | 0 | 1 | .11 | .316 |
| Menyebabkan pencemaran pada air yang berasal dari pewarna tekstil yang tidak berkualitas | 152 | 0 | 1 | .46 | .500 |
| Menimbulkan sifat boros dan ketidakpuasan karena akan menimbulkan banyak orang yang sering berbelanja karena selalu memproduksi model dengan tren baru | 152 | 0 | 1 | .68 | .466 |
| Valid N (listwise) | 152 | | | | |

**DFF Frequencies**

| | | Responses | | Percent of |
|---|---|---|---|---|
| | | N | Percent | Cases |
| DFF[a] | Meningkatnya jumlah sampah tekstil hingga sampah plastik yang mana ada dalam kandungan bahan tekstil | 117 | 36.0% | 77.0% |
| | Terciptanya pekerja yang tidak sesuai, seperti pekerja yang berusia dibawah umur | 17 | 5.2% | 11.2% |
| | Membahayakan Kesehatan dan keselamatan pekerja | 17 | 5.2% | 11.2% |
| | Menyebabkan pencemaran pada air yang berasal dari pewarna tekstil yang tidak berkualitas | 70 | 21.5% | 46.1% |
| | Menimbulkan sifat boros dan ketidakpuasan karena akan menimbulkan banyak orang yang sering berbelanja karena selalu memproduksi model dengan tren baru | 104 | 32.0% | 68.4% |
| Total | | 325 | 100.0% | 213.8% |

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

**Lampiran 8** Tabel Tingkatan Tiap Variabel (Respon)

**Statistics**

Respon

| | | |
|---|---|---|
| N | Valid | 152 |
| | Missing | 0 |
| Mean | | 14.52 |
| Median | | 14.00 |
| Std. Deviation | | 3.314 |
| Minimum | | 8 |
| Maximum | | 23 |

**Respon**

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---|---|---|---|---|---|
| Valid | 8 | 3 | 2.0 | 2.0 | 2.0 |
| | 9 | 2 | 1.3 | 1.3 | 3.3 |
| | 10 | 17 | 11.2 | 11.2 | 14.5 |
| | 11 | 6 | 3.9 | 3.9 | 18.4 |
| | 12 | 15 | 9.9 | 9.9 | 28.3 |
| | 13 | 16 | 10.5 | 10.5 | 38.8 |
| | 14 | 21 | 13.8 | 13.8 | 52.6 |
| | 15 | 18 | 11.8 | 11.8 | 64.5 |
| | 16 | 13 | 8.6 | 8.6 | 73.0 |
| | 17 | 13 | 8.6 | 8.6 | 81.6 |
| | 18 | 12 | 7.9 | 7.9 | 89.5 |
| | 19 | 4 | 2.6 | 2.6 | 92.1 |
| | 20 | 4 | 2.6 | 2.6 | 94.7 |
| | 21 | 2 | 1.3 | 1.3 | 96.1 |
| | 22 | 4 | 2.6 | 2.6 | 98.7 |
| | 23 | 2 | 1.3 | 1.3 | 100.0 |
| | Total | 152 | 100.0 | 100.0 | |

**Keterangan**

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---|---|---|---|---|---|
| Valid | Kurang Baik | 28 | 18.4 | 18.4 | 18.4 |
| | Baik | 108 | 71.1 | 71.1 | 89.5 |
| | Sangat Baik | 16 | 10.5 | 10.5 | 100.0 |
| | Total | 152 | 100.0 | 100.0 | |

**Lampiran 9** Tabel Deskriptif Variabel Perilaku (Banyaknya Belanja dalam Sebulan)

**Statistics**

BKB

| | | |
|---|---|---|
| N | Valid | 152 |
| | Missing | 0 |
| Mean | | 2.80 |
| Median | | 3.00 |
| Std. Deviation | | .465 |
| Minimum | | 1 |
| Maximum | | 3 |

**BKB**

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---|---|---|---|---|---|
| Valid | >5 Kali | 4 | 2.6 | 2.6 | 2.6 |
| | 2-5 Kali | 23 | 15.1 | 15.1 | 17.8 |
| | <2 Kali | 125 | 82.2 | 82.2 | 100.0 |
| | Total | 152 | 100.0 | 100.0 | |

**Lampiran 10** Tabel Deskriptif Variabel Perilaku (Bahan Tekstil Berbahaya)

**Descriptive Statistics**

| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|---|---|---|---|---|---|
| Katun | 152 | 0 | 1 | .18 | .383 |
| Linen | 152 | 0 | 1 | .20 | .399 |
| Serat Hemp/Rami | 152 | 0 | 1 | .16 | .366 |
| Sintetis (Poliester, Nilon, Akrilik) | 152 | 0 | 1 | .77 | .422 |
| Kulit Hewan | 152 | 0 | 1 | .34 | .476 |
| Valid N (listwise) | 152 | | | | |

**BT Frequencies**

| | | Responses | | Percent of |
|---|---|---|---|---|
| | | N | Percent | Cases |
| BT[a] | Katun | 27 | 10.8% | 17.8% |
| | Linen | 30 | 12.0% | 19.7% |
| | Serat Hemp/Rami | 24 | 9.6% | 15.8% |
| | Sintetis (Poliester, Nilon, Akrilik) | 117 | 46.8% | 77.0% |
| | Kulit Hewan | 52 | 20.8% | 34.2% |
| Total | | 250 | 100.0% | 164.5% |

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

**Lampiran 11** Tabel Deskriptif Variabel Perilaku (Pertimbangan Dilakukan *Sustainable Fashion*)

**Descriptive Statistics**

| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|---|---|---|---|---|---|
| Karena adanya bahan tekstil yang berbahaya bagi lingkungan | 152 | 0 | 1 | .55 | .500 |
| Karena adanya produk tekstil yang relatif murah sehingga mudah dibeli tanpa pikir panjang | 152 | 0 | 1 | .20 | .399 |
| Karena banyak kerusakan lingkungan yang terjadi disebabkan oleh sampah tekstil | 152 | 0 | 1 | .57 | .497 |
| Karena menumpuknya jumlah sampah tekstil yang ada | 152 | 0 | 1 | .49 | .501 |
| Valid N (listwise) | 152 | | | | |

**PD*SUSTAINABLE FASHION* Frequencies**

| | | Responses | | Percent of |
|---|---|---|---|---|
| | | N | Percent | Cases |
| PD*SUSTAINABLE FASHION*[a] | Karena adanya bahan tekstil yang berbahaya bagi lingkungan | 83 | 30.4% | 54.6% |
| | Karena adanya produk tekstil yang relatif murah sehingga mudah dibeli tanpa pikir panjang | 30 | 11.0% | 19.7% |
| | Karena banyak kerusakan lingkungan yang terjadi disebabkan oleh sampah tekstil | 86 | 31.5% | 56.6% |
| | Karena menumpuknya jumlah sampah tekstil yang ada | 74 | 27.1% | 48.7% |
| Total | | 273 | 100.0% | 179.6% |

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

**Lampiran 12** Tabel Tingkatan Tiap Variabel (Perilaku)

**Statistics**

Perilaku

| | | |
|---|---|---|
| N | Valid | 152 |
| | Missing | 0 |
| Mean | | 6.24 |
| Median | | 6.00 |
| Std. Deviation | | 1.627 |
| Minimum | | 3 |
| Maximum | | 12 |

**Perilaku**

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---|---|---|---|---|---|
| Valid | 3 | 3 | 2.0 | 2.0 | 2.0 |
| | 4 | 10 | 6.6 | 6.6 | 8.6 |
| | 5 | 47 | 30.9 | 30.9 | 39.5 |
| | 6 | 30 | 19.7 | 19.7 | 59.2 |
| | 7 | 37 | 24.3 | 24.3 | 83.6 |
| | 8 | 11 | 7.2 | 7.2 | 90.8 |
| | 9 | 7 | 4.6 | 4.6 | 95.4 |
| | 10 | 4 | 2.6 | 2.6 | 98.0 |
| | 11 | 2 | 1.3 | 1.3 | 99.3 |
| | 12 | 1 | .7 | .7 | 100.0 |
| | Total | 152 | 100.0 | 100.0 | |

**Keterangan**

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---|---|---|---|---|---|
| Valid | Kurang Baik | 60 | 39.5 | 39.5 | 39.5 |
| | Baik | 78 | 51.3 | 51.3 | 90.8 |
| | Sangat Baik | 14 | 9.2 | 9.2 | 100.0 |
| | Total | 152 | 100.0 | 100.0 | |

**Lampiran 13** Tabel Deskriptif Variabel *Sustainable Fashion* (Pengertian *Sustainable Fashion*)

**Statistics**

*PSUSTAINABLE FASHION*

| | | |
|---|---|---|
| N | Valid | 152 |
| | Missing | 0 |
| Mean | | 1.80 |
| Median | | 1.00 |
| Std. Deviation | | 1.518 |
| Minimum | | 0 |
| Maximum | | 5 |

**PSUSTAINABLE FASHION**

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---|---|---|---|---|---|
| Valid | 0 | 1 | .7 | .7 | .7 |
| | meningkatkan kualitas dari proses prduksi produk tersebut hingga produk menjadi sampah | 114 | 75.0 | 75.0 | 75.7 |
| | Terciptanya produk fashion yang menggunakan bahan dasar berkualitas | 3 | 2.0 | 2.0 | 77.6 |
| | Kegiatan daur ulang sampah fashion | 5 | 3.3 | 3.3 | 80.9 |
| | Kegiatan untuk meminimalisir sampah fashion di indonesia | 6 | 3.9 | 3.9 | 84.9 |
| | Kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan secara berkelanjutan dg tanggung jwb perusahaan di bidang lingkungan. | 23 | 15.1 | 15.1 | 100.0 |
| | Total | 152 | 100.0 | 100.0 | |

**Lampiran 14** Tabel Deskriptif Variabel *Sustainable Fashion* (Kegiatan *Sustainable Fashion* Pada Toko/Gerai)

**Statistics**

K*SUSTAINABLE FASHION*T

| | | |
|---|---|---|
| N | Valid | 152 |
| | Missing | 0 |
| Mean | | 3.11 |
| Median | | 4.00 |
| Std. Deviation | | 1.308 |
| Minimum | | 1 |
| Maximum | | 4 |

**KSUSTAINABLE FASHIONT**

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---|---|---|---|---|---|
| Valid | Toko/gerai menggunakan bahan tekstil yang ramah lingkungan | 39 | 25.7 | 25.7 | 25.7 |
| | Toko/gerai mengadakan kegiatan recycle (mendaur ulang) baju | 5 | 3.3 | 3.3 | 28.9 |
| | Toko/gerai memiliki kegiatan positif seperti mengadakan kegiatan tukar baju lama dengan yang baru | 9 | 5.9 | 5.9 | 34.9 |
| | Toko/gerai tidak menyediakan kantok plastik dan menyarankan customer menggunakan kantong belanja sendiri | 99 | 65.1 | 65.1 | 100.0 |
| | Total | 152 | 100.0 | 100.0 | |

**Lampiran 15** Tabel Deskriptif Variabel *Sustainable Fashion* (Dampak dari Kegiatan *Sustainable Fashion*)

**Descriptive Statistics**

| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|---|---|---|---|---|---|
| Akan tercipta harga pakaian yang lebih tinggi | 152 | 0 | 1 | .28 | .449 |
| Dapat meminimalisir kerusakan lingkungan | 152 | 0 | 1 | .78 | .414 |
| Customer akan mendapat produk yang berkualitas | 152 | 0 | 1 | .50 | .502 |
| Menimbulkan suatu produk menjadi kehilangan pelanggan | 152 | 0 | 1 | .09 | .281 |
| Valid N (listwise) | 152 | | | | |

**D*SUSTAINABLE FASHION* Frequencies**

| | | Responses | | Percent of |
|---|---|---|---|---|
| | | N | Percent | Cases |
| D*SUSTAINABLE FASHION*[a] | Akan tercipta harga pakaian yang lebih tinggi | 42 | 16.8% | 27.6% |
| | Dapat meminimalisir kerusakan lingkungan | 119 | 47.6% | 78.3% |
| | Customer akan mendapat produk yang berkualitas | 76 | 30.4% | 50.0% |
| | Menimbulkan suatu produk menjadi kehilangan pelanggan | 13 | 5.2% | 8.6% |
| Total | | 250 | 100.0% | 164.5% |

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

**Lampiran 16** Tabel Deskriptif Variabel *Sustainable Fashion* (Kegiatan *Sustainable Fashion* yang Pernah Dilakukan)

**Descriptive Statistics**

| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|---|---|---|---|---|---|
| Memakai kembali pakaian lama dan berfikir matang sebelum membeli pakaian baru | 152 | 0 | 1 | .79 | .409 |
| Melakukan belanja Thrift (barang bekas) | 152 | 0 | 1 | .22 | .414 |
| Membeli pakaian di toko/gerai yang melakukan kegiatan sustainable baik dari proses pembuatannya hingga sampah produk dari toko tersebut | 152 | 0 | 1 | .13 | .339 |
| Tidak satupun diatas | 152 | 0 | 1 | .08 | .271 |
| Valid N (listwise) | 152 | | | | |

**KSUSTAINABLE FASHION Frequencies**

| | | Responses | | Percent of |
|---|---|---|---|---|
| | | N | Percent | Cases |
| KSUSTAINABLE FASHION[a] | Memakai kembali pakaian lama dan berfikir matang sebelum membeli pakaian baru | 120 | 64.9% | 78.9% |
| | Melakukan belanja Thrift (barang bekas) | 33 | 17.8% | 21.7% |
| | Membeli pakaian di toko/gerai yang melakukan kegiatan sustainable baik dari proses pembuatannya hingga sampah produk dari toko tersebut | 20 | 10.8% | 13.2% |
| | Tidak satupun diatas | 12 | 6.5% | 7.9% |
| Total | | 185 | 100.0% | 121.7% |

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

**Lampiran 17** Tabel Deskriptif Variabel *Sustainable Fashion* (Alasan Toko/Gerai Menerapkan *Sustainable Fashion*)

**Descriptive Statistics**

| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|---|---|---|---|---|---|
| Mengikuti tren fashion yang ada | 152 | 0 | 1 | .14 | .346 |
| Bentuk adanya kepedulian toko/gerai terhadap lingkungan dan sekitar | 152 | 0 | 1 | .83 | .378 |
| Untuk menciptakan citra yang baik untuk toko/gerai tersebut | 152 | 0 | 1 | .37 | .486 |
| Meningkatkan kualitas produk dari toko/gerai tersebut | 152 | 0 | 1 | .42 | .495 |
| Valid N (listwise) | 152 | | | | |

**KT*SUSTAINABLE FASHION* Frequencies**

| | | Responses | | Percent of |
|---|---|---|---|---|
| | | N | Percent | Cases |
| KT*SUSTAINABLE FASHION*[a] | Mengikuti tren fashion yang ada | 21 | 7.8% | 13.8% |
| | Bentuk adanya kepedulian toko/gerai terhadap lingkungan dan sekitar | 126 | 47.0% | 82.9% |
| | Untuk menciptakan citra yang baik untuk toko/gerai tersebut | 57 | 21.3% | 37.5% |
| | Meningkatkan kualitas produk dari toko/gerai tersebut | 64 | 23.9% | 42.1% |
| Total | | 268 | 100.0% | 176.3% |

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

**Lampiran 18** Tabel Deskriptif Variabel *Sustainable Fashion* (Upaya yang dilakukan Untuk Kegiatan *Sustainable Fashion*)

**Descriptive Statistics**

| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|---|---|---|---|---|---|
| Mulai memperhatikan bahan tekstil yang digunakan sehari hari dan memilih bahan yang aman bagi lingkungan | 152 | 0 | 1 | .59 | .494 |
| Menggunakan kembali pakaian lama yang masi layak dan meminimalkan pembelian pakaian baru apabila tidak diperlukan | 152 | 0 | 1 | .68 | .469 |
| Membeli barang/pakaian bekas (Thrift) | 152 | 0 | 1 | .19 | .394 |
| Melakukan daur ulang kain yang dapat dilakukan sendiri, seperti membuat kerajinan | 152 | 0 | 1 | .30 | .461 |
| Menempatkan sampah tekstil di startup pengelola limbah tekstil | 152 | 0 | 1 | .17 | .378 |
| Valid N (listwise) | 152 | | | | |

**UK*SUSTAINABLE FASHION* Frequencies**

| | | Responses | | Percent of |
|---|---|---|---|---|
| | | N | Percent | Cases |
| UK*SUSTAINABLE FASHION*[a] | Mulai memperhatikan bahan tekstil yang digunakan sehari hari dan memilih bahan yang aman bagi lingkungan | 89 | 30.4% | 58.6% |
| | Menggunakan kembali pakaian lama yang masi layak dan meminimalkan pembelian pakaian baru apabila tidak diperlukan | 103 | 35.2% | 67.8% |
| | Membeli barang/pakaian bekas (Thrift) | 29 | 9.9% | 19.1% |
| | Melakukan daur ulang kain yang dapat dilakukan sendiri, seperti membuat kerajinan | 46 | 15.7% | 30.3% |
| | Menempatkan sampah tekstil di startup pengelola limbah tekstil | 26 | 8.9% | 17.1% |
| Total | | 293 | 100.0% | 192.8% |

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

**Lampiran 19** Tabel Deskriptif Variabel *Sustainable Fashion* (Kendala Penerapan *Sustainable Fashion*)

**Descriptive Statistics**

| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|---|---|---|---|---|---|
| Minimnya informasi masyarakat indonesia terhadap Fashion Berkelanjutan/ *Sustainable Fashion* | 152 | 0 | 1 | .87 | .332 |
| Kurangnya peminat karena akan menciptakan harga barang yang lebih mahal dengan bahan yang lebih berkualitas dan aman baik bagi pengguna(manusia) atau bagi lingkungan | 152 | 0 | 1 | .51 | .502 |
| Susah untuk diterapkan karena tidak/belum terbiasa | 152 | 0 | 1 | .43 | .496 |
| Karena banyaknya masyarakat yang tidak/belum memikirkan dampak negatif yang dapat terjadi apabila tidak dilakukan fashion berkelanjutan/*Sustainable Fashion* | 152 | 0 | 1 | .61 | .489 |
| Valid N (listwise) | 152 | | | | |

**KP*SUSTAINABLE FASHION* Frequencies**

| | | Responses | | Percent of |
|---|---|---|---|---|
| | | N | Percent | Cases |
| KP*SUSTAINABLE FASHION*[a] | Minimnya informasi masyarakat indonesia terhadap Fashion Berkelanjutan/ *Sustainable Fashion* | 133 | 36.1% | 87.5% |
| | Kurangnya peminat karena akan menciptakan harga barang yang lebih mahal dengan bahan yang lebih berkualitas dan aman baik bagi pengguna(manusia) atau bagi lingkungan | 77 | 20.9% | 50.7% |
| | Susah untuk diterapkan karena tidak/belum terbiasa | 65 | 17.7% | 42.8% |
| | Karena banyaknya masyarakat yang tidak/belum memikirkan dampak negatif yang dapat terjadi apabila tidak dilakukan fashion berkelanjutan/*Sustainable Fashion* | 93 | 25.3% | 61.2% |
| Total | | 368 | 100.0% | 242.1% |

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

**Lampiran 20** Tabel Deskriptif Variabel *Sustainable Fashion* (Store ditemukan kegiatan *Sustainable Fashion*)

**Descriptive Statistics**

| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|---|---|---|---|---|---|
| Online Store | 152 | 0 | 3 | .31 | .505 |
| Offline Store | 152 | 0 | 1 | .39 | .489 |
| Belum Pernah | 152 | 0 | 1 | .42 | .495 |
| Valid N (listwise) | 152 | | | | |

**TM*SUSTAINABLE FASHION* Frequencies**

| | | Responses | | Percent of |
|---|---|---|---|---|
| | | N | Percent | Cases |
| TM*SUSTAINABLE FASHION*[a] | Belum Pernah | 64 | 38.3% | 42.4% |
| | Offline Store | 59 | 35.3% | 39.1% |
| | Online Store | 44 | 26.3% | 29.1% |
| Total | | 167 | 100.0% | 110.6% |

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

**Lampiran 21** Tabel Tingkatan Tiap Variabel (*Sustainable Fashion*)

**Statistics**

*SUSTAINABLE FASHION*

| | | |
|---|---|---|
| N | Valid | 152 |
| | Missing | 0 |
| Mean | | 16.11 |
| Median | | 16.00 |
| Std. Deviation | | 3.295 |
| Minimum | | 9 |
| Maximum | | 26 |

***Sustainable Fashion***

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---|---|---|---|---|---|
| Valid | 9 | 2 | 1.3 | 1.3 | 1.3 |
| | 10 | 2 | 1.3 | 1.3 | 2.6 |
| | 11 | 4 | 2.6 | 2.6 | 5.3 |
| | 12 | 14 | 9.2 | 9.2 | 14.5 |
| | 13 | 12 | 7.9 | 7.9 | 22.4 |
| | 14 | 12 | 7.9 | 7.9 | 30.3 |
| | 15 | 22 | 14.5 | 14.5 | 44.7 |
| | 16 | 26 | 17.1 | 17.1 | 61.8 |
| | 17 | 12 | 7.9 | 7.9 | 69.7 |
| | 18 | 10 | 6.6 | 6.6 | 76.3 |
| | 19 | 13 | 8.6 | 8.6 | 84.9 |
| | 20 | 9 | 5.9 | 5.9 | 90.8 |
| | 21 | 2 | 1.3 | 1.3 | 92.1 |
| | 22 | 5 | 3.3 | 3.3 | 95.4 |
| | 23 | 5 | 3.3 | 3.3 | 98.7 |
| | 25 | 1 | .7 | .7 | 99.3 |
| | 26 | 1 | .7 | .7 | 100.0 |
| | Total | 152 | 100.0 | 100.0 | |

**Keterangan**

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---|---|---|---|---|---|
| Valid | Kurang Baik | 34 | 22.4 | 22.4 | 22.4 |
| | Baik | 95 | 62.5 | 62.5 | 84.9 |
| | Sangat Baik | 23 | 15.1 | 15.1 | 100.0 |
| | Total | 152 | 100.0 | 100.0 | |

**Lampiran 22** Tabel SPSS Hasil Statistik Uji Normalitas

**Tests of Normality**

| | Kolmogorov-Smirnov[a] | | | Shapiro-Wilk | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | Statistic | df | Sig. | Statistic | df | Sig. |
| Unstandardized Residual | .084 | 152 | .010 | .978 | 152 | .015 |

a. Lilliefors Significance Correction

**Lampiran 23** Tabel SPSS Hasil Korelasi antar pengetahuan *Sustainable Fashion* dan pengolahan sampah tekstil

**Correlations**

| | | Pengetahuan_SUSTAINABLE FASHION | Pengolahan_ST |
|---|---|---|---|
| Pengetahuan_*SUSTAINABLE FASHION* | Pearson Correlation | 1 | .106 |
| | Sig. (2-tailed) | | .192 |
| | N | 152 | 152 |
| Pengolahan_ST | Pearson Correlation | .106 | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .192 | |
| | N | 152 | 152 |

**Lampiran 24** Tabel SPSS Hasil Korelasi pengetahuan sampah tekstil dengan pengolahan sampah 3R

**Correlations**

| | | Pengetahuan_ST | Pengolahan_S3R |
|---|---|---|---|
| Pengetahuan_ST | Pearson Correlation | 1 | .043 |
| | Sig. (2-tailed) | | .602 |
| | N | 152 | 152 |
| Pengolahan_S3R | Pearson Correlation | .043 | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .602 | |
| | N | 152 | 152 |

**Lampiran 25** Tabel SPSS Hasil Korelasi pengetahuan *Fast Fashion* dan Sampah Tekstil dengan kegiatan *SUSTAINABLE FASHION*

**Correlations**

| | | Pengetahuan *Fast Fashion* | Kegiatan_*SUSTAINABLE FASHION* |
|---|---|---|---|
| Pengetahuan_*Fast Fashion* | Pearson Correlation | 1 | .160* |
| | Sig. (2-tailed) | | .049 |
| | N | 152 | 152 |
| Kegiatan_*SUSTAINABLE FASHION* | Pearson Correlation | .160* | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .049 | |
| | N | 152 | 152 |

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**Lampiran 26** Tabel SPSS Hasil Korelasi antara pengetahuan *SUSTAINABLE FASHION* dengan seberapa banyak masyarakat belanja dalam sebulan

**Correlations**

| | | Pengetahuan_*SUSTAINABLE FASHION*_3A | Banyaknya_Berbelanja_3A |
|---|---|---|---|
| Pengetahuan_*SUSTAINABLE FASHION*_3A | Pearson Correlation | 1 | -.143 |
| | Sig. (2-tailed) | | .080 |
| | N | 152 | 152 |
| Banyaknya_Berbelanja_3A | Pearson Correlation | -.143 | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .080 | |
| | N | 152 | 152 |

**Lampiran 27** Tabel SPSS Hasil Korelasi pengetahuan *SUSTAINABLE FASHION* dengan seberapa banyak masyarakat melakukan kegiatan *SUSTAINABLE FASHION*

**Correlations**

| | | Pengetahuan_*SUSTAINABLE FASHION*_3B | Kegiatan_*SUSTAINABLE FASHION*_3B |
|---|---|---|---|
| Pengetahuan_*SUSTAINABLE FASHION*_3B | Pearson Correlation | 1 | .131 |
| | Sig. (2-tailed) | | .108 |
| | N | 152 | 152 |
| Kegiatan_*SUSTAINABLE FASHION*_3B | Pearson Correlation | .131 | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .108 | |
| | N | 152 | 152 |

**Lampiran 28** Tabel SPSS Hasil Korelasi pengetahuan Sampah Tekstil dengan Banyaknya belanja dalam sebulan

**Correlations**

| | | Pengetahuan_ST_3C | Banyaknya_Berbelanja_3C |
|---|---|---|---|
| Pengetahuan_ST_3C | Pearson Correlation | 1 | -.009 |
| | Sig. (2-tailed) | | .908 |
| | N | 152 | 152 |
| Banyaknya_Berbelanja_3C | Pearson Correlation | -.009 | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .908 | |
| | N | 152 | 152 |

**Lampiran 29** Tabel SPSS Hasil Komparatif Anova Pekerjaan dengan Seberapa sering Berbelanja

**Descriptives**

Banyaknya_Belanja

| | N | Mean | Std. Deviation | Std. Error | 95% Confidence Interval for Mean Lower Bound | 95% Confidence Interval for Mean Upper Bound | Minimum | Maximum |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Pelajar/Mahasiswa | 95 | 2.72 | .539 | .055 | 2.61 | 2.83 | 1 | 3 |
| Karyawan/Wiraswasta | 26 | 2.88 | .326 | .064 | 2.75 | 3.02 | 2 | 3 |
| Ibu Rumah Tangga | 21 | 3.00 | .000 | .000 | 3.00 | 3.00 | 3 | 3 |
| Lainnya | 10 | 2.90 | .316 | .100 | 2.67 | 3.13 | 2 | 3 |
| Total | 152 | 2.80 | .465 | .038 | 2.72 | 2.87 | 1 | 3 |

**ANOVA**

Banyaknya_Belanja_

| | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|
| Between Groups | 1.797 | 3 | .599 | 2.872 | .038 |
| Within Groups | 30.880 | 148 | .209 | | |
| Total | 32.678 | 151 | | | |

**Lampiran 30** Tabel SPSS Hasil Komparatif T-test gender dengan kegiatan *Sustainable Fashion*

**Group Statistics**

| | Gender_K2_1 | N | Mean | Std. Deviation | Std. Error Mean |
|---|---|---|---|---|---|
| Kegiatan | Perempuan | 101 | 1.15 | .433 | .043 |
| | Laki-Laki | 51 | 1.35 | .627 | .088 |

**Independent Samples Test**

| | | Levene's Test for Equality of Variances | | t-test for Equality of Means | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | | | | 95% Confidence Interval of the Difference | |
| | | F | Sig. | t | df | Sig. (2-tailed) | Mean Difference | Std. Error Difference | Lower | Upper |
| Kegiatan | Equal variances assumed | 17.581 | .000 | -2.351 | 150 | .020 | -.204 | .087 | -.376 | -.033 |
| | Equal variances not assumed | | | -2.090 | 74.855 | .040 | -.204 | .098 | -.399 | -.010 |

**Lampiran 31** Tabel SPSS Hasil Komparatif T-test gender dengan toko yang menerapkan kegiatan *Sustainable Fashion*

**Group Statistics**

| | Gender_K2_2 | N | Mean | Std. Deviation | Std. Error Mean |
|---|---|---|---|---|---|
| Toko *SUSTAINABLE FASHION* | Perempuan | 101 | 1.09 | .286 | .028 |
| | Laki-Laki | 51 | 1.18 | .434 | .061 |

**Independent Samples Test**

| | | Levene's Test for Equality of Variances | | t-test for Equality of Means | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | | | | 95% Confidence Interval of the Difference | |
| | | F | Sig. | t | df | Sig. (2-tailed) | Mean Difference | Std. Error Difference | Lower | Upper |
| Toko *SUSTAINABLE FASHION* | Equal variances assumed | 8.912 | .003 | -1.484 | 150 | .140 | -.087 | .059 | -.204 | .029 |
| | Equal variances not assumed | | | -1.302 | 72.653 | .197 | -.087 | .067 | -.221 | .046 |

**Lampiran 32** Tabel SPSS Hasil Komparatif Anova umur dengan belanja dalam sebulan

**Descriptives**

Banyak_Belanja

| | N | Mean | Std. Deviation | Std. Error | 95% Confidence Interval for Mean Lower Bound | 95% Confidence Interval for Mean Upper Bound | Minimum | Maximum |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| <20 Tahun | 11 | 2.91 | .302 | .091 | 2.71 | 3.11 | 2 | 3 |
| 20-35 Tahun | 111 | 2.73 | .521 | .049 | 2.63 | 2.83 | 1 | 3 |
| 36-50 Tahun | 26 | 3.00 | .000 | .000 | 3.00 | 3.00 | 3 | 3 |
| >50 Tahun | 4 | 3.00 | .000 | .000 | 3.00 | 3.00 | 3 | 3 |
| Total | 152 | 2.80 | .465 | .038 | 2.72 | 2.87 | 1 | 3 |

**ANOVA**

Banyak_Belanja

| | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|
| Between Groups | 1.877 | 3 | .626 | 3.006 | .032 |
| Within Groups | 30.801 | 148 | .208 | | |
| Total | 32.678 | 151 | | | |

**Lampiran 33** Tabel SPSS Hasil Komparatif Anova umur dengan *Sustainable Fashion*

**Descriptives**

Kegiatan_*Sustainable Fashion*

| | N | Mean | Std. Deviation | Std. Error | 95% Confidence Interval for Mean Lower Bound | 95% Confidence Interval for Mean Upper Bound | Minimum | Maximum |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| <20 Tahun | 11 | 1.36 | .674 | .203 | .91 | 1.82 | 1 | 3 |
| 20-35 Tahun | 111 | 1.23 | .521 | .049 | 1.14 | 1.33 | 1 | 3 |
| 36-50 Tahun | 26 | 1.12 | .431 | .085 | .94 | 1.29 | 1 | 3 |
| >50 Tahun | 4 | 1.00 | .000 | .000 | 1.00 | 1.00 | 1 | 1 |
| Total | 152 | 1.22 | .514 | .042 | 1.13 | 1.30 | 1 | 3 |

**ANOVA**

Kegiatan *Sustainable Fashion*

| | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|
| Between Groups | .726 | 3 | .242 | .916 | .435 |
| Within Groups | 39.109 | 148 | .264 | | |
| Total | 39.836 | 151 | | | |

**Lampiran 34** Tabel SPSS Hasil Komparatif Anova umur dengan dimana menemukan toko/gerai yang menerapkan *Sustainable Fashion*

**Descriptives**

Toko*SUSTAINABLE FASHION*_K3_1

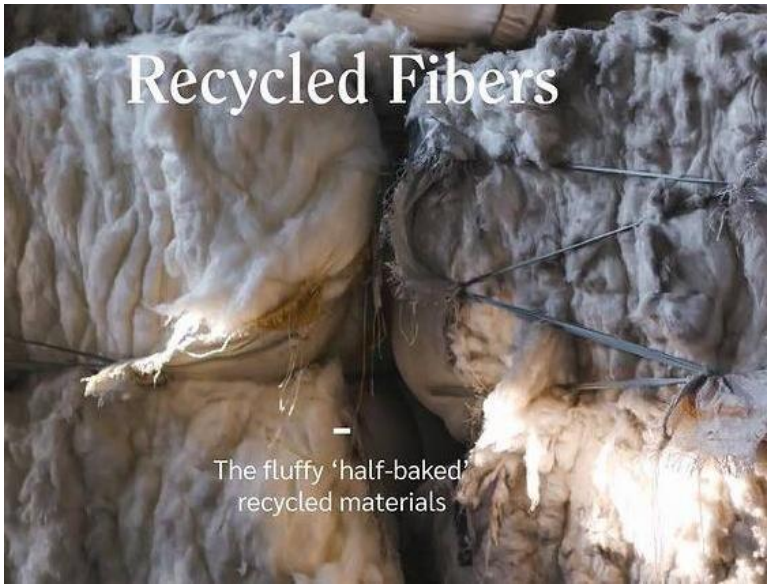
| | N | Mean | Std. Deviation | Std. Error | 95% Confidence Interval for Mean Lower Bound | 95% Confidence Interval for Mean Upper Bound | Minimum | Maximum |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| <20 Tahun | 11 | 1.00 | .000 | .000 | 1.00 | 1.00 | 1 | 1 |
| 20-35 Tahun | 111 | 1.15 | .386 | .037 | 1.08 | 1.23 | 1 | 3 |
| 36-50 Tahun | 26 | 1.04 | .196 | .038 | .96 | 1.12 | 1 | 2 |
| >50 Tahun | 4 | 1.00 | .000 | .000 | 1.00 | 1.00 | 1 | 1 |
| Total | 152 | 1.12 | .344 | .028 | 1.06 | 1.17 | 1 | 3 |

**ANOVA**

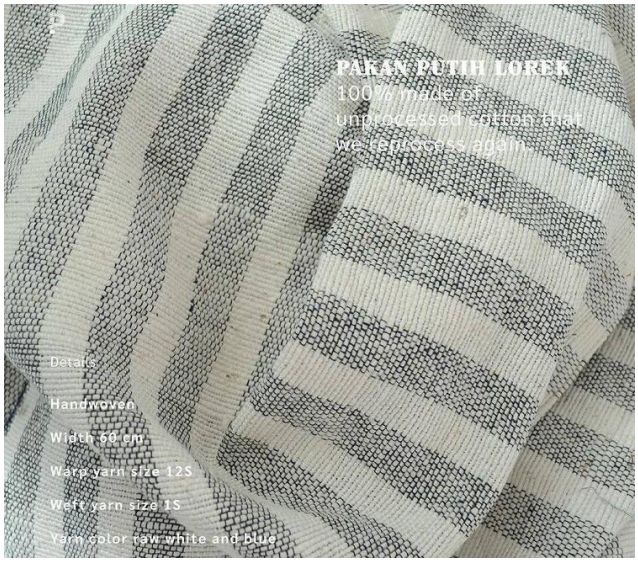
Toko*SUSTAINABLE FASHION*_K3_1

| | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|
| Between Groups | .510 | 3 | .170 | 1.451 | .230 |
| Within Groups | 17.358 | 148 | .117 | | |
| Total | 17.868 | 151 | | | |

**Lampiran 35** Pable Indonesia sebagai *Start Up* yang Mengelola Sampah Tekstil






**Lampiran 36** Local Brand “Cinta Bumi Artisans”





**Lampiran 37** Local Brand “Sejauh Mata Memandang”




**Lampiran 38** Local Brand “Kanagoods”



**Lampiran 39** Kuesioner

| No | Jenis Pertanyaan | Pertanyaan |
|---|---|---|
| 1 | Pengetahuan | Pengertian sampah tekstil |
| 2 | | Dampak dari sampah tekstil di Indonesia |
| 3 | | Prinsip penanganan sampah tekstil (Prinsip 3R) |
| 4 | | Penanganan sampah tekstil yang ada di Indonesia |
| 5 | | Hasil daur ulang sampah tekstil yang biasa di temukan |
| 6 | | Bahan tekstil seperti apa yang diketahui responden tidak ramah lingkungan |
| 7 | | Pengertian *Fast Fashion* |
| 8 | | Dampak dari *Fast Fashion* |
| 9 | | Pengertian Fashion Berkelanjutan/*Sustainable Fashion* |
| 10 | | Dampak dari Fashion Berkelanjutan/*Sustainable Fashion* |
| 11 | Pengalaman | Berapa kali responden melakukan belanja pakaian dalam kurun waktu satu bulan |
| 12 | | Kegiatan Berkelanjutan/*Sustainable Fashion* seperti apa yang pernah dilakukan oleh responden |
| 13 | | Kegiatan *Sustainable Fashion* seperti apa yang sering ditemukan responden di Toko/Gerai Pakaian |
| 14 | | Dimana responden pernah menemukan Toko/Gerai yang menerapkan kegiatan *Sustainable Fashion* |
| 15 | Sikap dan Perilaku | Apa alasan Toko/Gerai menerapkan kegiatan *Sustainable Fashion* |
| 16 | | Kegiatan seperti apa yang dapat menjadi pertimbangan dilakukannya *Sustainable Fashion* |
| 17 | | Upaya apa yang akan dilakukan dalam mendukung *Sustainable Fashion* |
| 18 | | Apa kendala dalam menerapkan *Sustainable Fashion* |

*“Halaman ini sengaja dikosongkan”*

# RIWAYAT HIDUP

Saya Alifania Yame Arisma yang mana bertempat tanggal lahir 28 Januari 1999. Saya merupakan anak pertama dari Ibu Murwani Dewi Handayani dan Bapak Dadang Mukharrom. Adapun Riwayat Pendidikan saya adalah sebagai berikut :

Sekolah Menengah Pertama (SMP) : SMPI Al-Azhar 15 Cilacap

Sekolah Menengah Atas (SMA) : SMA Muhammadiyah 1 Yogyakarta

Kemudian menjadi Mahasiswa di Universitas Islam Indonesia pada tahun 2017 dan bergabung dalam jurusan Teknik Lingkungan Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan (FTSP).