



The Implementation of Islamic Educational Values in Addressing the Fast Fashion Phenomenon

Syiehd Achmed Farhan

Fakultas Pendidikan Agama Islam Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ), Jakarta

Email: syiehd.farhan@mhs.iiq.ac.id

ABSTRACT

The fashion needs of individuals are rapidly evolving in line with current trends, creating a demand for continuous progress in the fashion industry. As a result, people are increasingly unwilling to fall behind in the evolution of fashion items and aspire to maintain a trendy appearance. However, this phenomenon driven by consumer demand for trendy and inexpensive clothing often leads to environmental degradation, labor exploitation, and a consumerist culture that encourages wastefulness. In response to these concerns, the author conducted a literature review to explore the potential application of Islamic values in addressing the negative impacts of the fast fashion phenomenon. This research uses a qualitative descriptive analysis method and is based on library research. The findings indicate that the implementation of education grounded in Islamic values plays a crucial role in fostering strong moral and ethical awareness across all levels of society. The Islamic value concepts that can counteract the fast fashion trend include Tawassut (moderation), Qana'ah (contentment), Syukur (gratitude), and Amanah (trustworthiness). By integrating these values into the educational curriculum, it is possible to build a society that is more environmentally and socially conscious, capable of resisting the consumerist culture driven by fast fashion.

Keywords: Fast Fashion, Fashion, Phenomenon, Islamic Education

PENDAHULUAN

Pada masa modernisasi saat ini telah mengubah pandangan individu tentang dunia fashion. Aksesibilitas untuk melihat gaya pakaian yang sangat mudah mendorong individu untuk mengikuti tren mode agar dianggap kontemporer, yang sering kali mengakibatkan pengeluaran keuangan untuk mempertahankan citra gaya. Memperoleh barang-barang modis yang mengikuti tren telah berkembang menjadi metode identitas diri, baik sebagai bentuk ekspresi diri atau sebagai demonstrasi posisi sosial dalam masyarakat. Tren mode berkembang dengan cepat mendorong individu untuk berlomba-lomba mendapatkan pakaian terbaru dari banyak bisnis (Shinta, 2018).

Kebutuhan fashion setiap individu berkembang pesat sesuai dengan tren saat ini, sehingga menimbulkan tuntutan untuk kemajuan fashion itu sendiri. Kemudahan akses ke tren fashion melalui internet merupakan faktor fundamental yang mendorong evolusi fashion yang cepat. Saat ini, fashion tidak hanya berfungsi sebagai alat perlindungan tubuh, tetapi juga sebagai indikator status sosial dalam kehidupan individu. Akibatnya, orang-orang enggan ketinggalan dalam evolusi item fashion dan bercita-cita untuk mempertahankan penampilan yang trendy (Achmad, 2020).

Wei dan Zhou mendefinisikan *fast fashion* sebagai frasa kontemporer yang digunakan oleh industri mode untuk menggambarkan desain yang beralih dari peragaan busana ke gerai ritail dalam jangka waktu singkat, yang bertujuan untuk menangkap tren pasar terbaru, dengan barang-barang mode yang diproduksi secara massal dengan harga ekonomis. *Fast fashion* sering kali mendapatkan barangnya dari acara runway, mendorong industri fashion untuk mengasimilasi tren dan memproduksi barang mereka sendiri secara massal (Muhammad, 2018). Contoh dari sektor *fast fashion* antara lain adalah Uniqlo, Zara, Berskha, H&M dan lain-lain. Evolusi tren fashion yang cepat telah memunculkan gagasan tentang pakaian siap pakai di sektor *fast fashion* (Soelityowati, 2020).

Fenomena *fast fashion* memiliki dampak lingkungan yang merugikan di berbagai tahap siklus hidup produk. Produksi kapas yang intensif air, pelepasan pewarna yang tidak diolah ke sumber air lokal, dan penggunaan bahan sintesis berbasis petroleum adalah beberapa contohnya. Selain itu, kondisi kerja yang buruk dan upah rendah bagi pekerja tekstil di negara-negara berkembang menjadi masalah etika yang terkait dengan *fast fashion* (Rachel, 2018). Penelitian yang dilakukan oleh Gregory Peters, Mengyu Li, dan Manfred Lenzen tentang limbah yang berakhir di tempat pembuangan sampah menemukan bahwa peningkatan konsumsi pakaian juga berkontribusi pada jutaan ton konsumsi pakaian dan alas kaki meningkat dari 1,0 menjadi 1,3 Gt karbon dioksida ekuivalen selama 15 tahun hingga tahun 2015 (Gregory, 2021).

Secara global, 80 miliar potong pakaian baru diproduksi setiap tahun, yang berarti \$1,2 triliun per tahun untuk industri fashion global. Mayoritas produk ini dirakit di Cina dan Bangladesh sementara Amerika Serikat mengkonsumsi lebih banyak pakaian dan tekstil daripada negara lain di dunia. Sekitar 85% dari pakaian yang dikonsumsi orang Amerika, hampir 3,8 milyar pon per tahun, dikirim ke tempat pembuangan akhir sebagai limbah padat, sebesar hampir 80 pon per orang Amerika per tahun (Bick, 2018).

Industri *fast fashion* yang ditandai dengan siklus produksi yang cepat dan harga yang murah, memberikan tantangan yang signifikan terhadap praktik konsumsi yang etis dan berkelanjutan (Sasya, 2024). Namun, Fenomena ini yang didorong oleh permintaan konsumen akan pakaian yang trendi dan murah, sering kali menyebabkan degradasi lingkungan, eksploitasi tenaga kerja, dan budaya konsumtif orang untuk membuang barang (Mazedul, 2024). Mengingat kekhawatiran ini, penulis akan membuat penelitian tinjauan literatur dengan mengeksplorasi potensi penerapan nilai-nilai Islam untuk melawan dampak negatif dari fenomena *fast fashion* dan mempromosikan pendekatan Islam yang lebih bertanggung jawab dan moral terhadap konsumsi dan produksi pakaian.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, metode analisis deskriptif kualitatif dipilih oleh penulis untuk mengkaji jenis penelitian ini. Metode penelitian ini bertujuan untuk melihat pemahaman yang konkrit dan tajam dalam membuat kesimpulan yang dapat ditiru dan data yang shahih terhadap penelitian yang akan diteliti (Zikriadi, 2023). Penelitian ini akan mengadopsi fenomena *fast fashion* pada zaman sekarang dan menerapkan implementasi nilai-nilai islam dalam menghadapi fenomena *fast fashion*. Dari perspektif jenis penelitian dan sumber daya yang digunakan, teknik penelitian ini mengandalkan studi kepustakaan (*library research*) yaitu, Teknik kepustakaan dilakukan dengan melakukan penelitian kepustakaan melalui membaca, menganalisis, dan mendokumentasikan berbagai literatur atau bahan bacaan yang berkaitan dengan topik bahasan, kemudian disaring dan diorganisasikan dalam suatu kerangka teori. (Jaya, 2023). Sumber penelitian ini yaitu jurnal ilmiah, kitab ulama, artikel yang relevan dengan penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Definisi *Fast fashion*

Fast fashion adalah model bisnis ini didesain untuk menawarkan pakaian yang modis dengan harga murah, sehingga dapat dijangkau oleh beragam luas konsumen. Keterjangkauan ini dicapai melalui langkah-langkah pemangkasan biaya dalam produksi dan manajemen rantai pasokan (Bartl & Ipsmiller, 2023).

Menurut Bick, *Fast fashion* merupakan istilah yang digunakan untuk menggambarkan mode yang tersedia dan dibuat dengan murah saat ini. Kata “fast” menggambarkan seberapa cepat retail dapat memindahkan desain dari catwalk ke toko, mengimbangi permintaan yang terus menerus untuk gaya yang lebih banyak dan berbeda. Dengan meningkatnya globalisasi dan pertumbuhan ekonomi global, rantai pasokan telah menjadi internasional, menggeser pertumbuhan serat, manufaktur tekstil, dan konstruksi garmen ke daerah-daerah dengan tenaga kerja yang lebih murah. Peningkatan konsumsi mendorong produksi pakaian yang murah dan harga ditekan dengan mengalihdayakan produksi ke negara-negara berpenghasilan rendah dan menengah (LMIC) (Bick, 2018).

Fast fashion sangat bergantung pada rantai nilai global, dengan produksi yang dialihdayakan ke negara-negara berkembang di mana tenaga kerja dan bahan lebih murah. Pengalihdayaan ini sangat penting untuk mempertahankan struktur berbiaya rendah dari merek-merek *fast fashion*. (Jolga, 2024).

Konsumen *fast fashion* juga berperilaku konsumtif dengan hanya memakai pakaian satu kali. Sehingga siklus hidup menjadi sangat singkat. Pola hidup ini sangat menciptakan demand yang terus menerus kepada brand pakaian sehingga memperparah dampak lingkungan karena volume produksi limbah yang dihasilkan (Farhan, 2023).

Sejarah *Fast fashion* di Indonesia

Fast fashion yang ditandai dengan produksi cepat dan harga terjangkau, telah menjadi kekuatan dominan dalam industri mode global. Indonesia, dengan populasi yang besar dan ekonomi yang berkembang, telah menjadi produsen dan konsumen signifikan dari *fast fashion* (Friska, 2023). Hal ini tercermin dengan basis konsumen yang besar dan pertumbuhan kelas menengah di Indonesia menjadikannya pasar yang menarik bagi merek-merek *fast fashion* yang telah memantapkan kehadirannya di Indonesia dengan membuka gerai-gerai ritail. Ekspansi ini didorong oleh potensi pendapatan yang tinggi karena daya tarik pasar yang luas dari pakaian yang terjangkau dan trendi (Kornelis, 2022).

Kemunculan *fast fashion* di Indonesia dapat ditelusuri kembali ke tahun 1990-an, ketika negara ini mulai muncul sebagai pemain utama dalam industri tekstil global. Pertumbuhan industri ini didorong oleh tenaga kerja yang murah, kebijakan pemerintah yang mendukung, dan meningkatnya permintaan akan pakaian dengan harga terjangkau baik di dalam maupun luar negeri (Kornelis, 2022) (Sudirman, 2023).

Pada awal tahun 2000-an, *fast fashion* telah menjadi hal yang penting di pasar Indonesia. Munculnya merek-merek *fast fashion* global, ditambah dengan kemunculan pemain lokal, berkontribusi pada ekspansi industri yang cepat. Menjamurnya pusat perbelanjaan dan platform daring semakin mempercepat pertumbuhan fesyen cepat, membuat pakaian yang trendi dan terjangkau dapat diakses oleh masyarakat yang lebih luas (Kornelis, 2022) (Sudirman, 2023).

Industri *fast fashion* telah memberikan dampak ekonomi yang signifikan di Indonesia. Industri ini telah menciptakan jutaan lapangan pekerjaan, baik di bidang manufaktur maupun ritel, menjadikannya salah satu penyedia lapangan kerja terbesar di Indonesia. Industri ini juga berkontribusi terhadap pertumbuhan ekspor Indonesia, dengan tekstil dan pakaian jadi menjadi salah satu kategori ekspor utama (Sudirman, 2023) (Juliyanto & Firmansyah, 2024).

Pandemi Covid-19 yang dimulai sejak tahun 2020 berdampak signifikan terhadap industri *fast fashion*. Awalnya, *fast fashion* mengalami gangguan karena adanya lockdown dan

pembatasan yang berdampak pada produksi dan penjualan. Namun, industri ini dengan cepat beradaptasi dengan menyelaraskan penawarannya dengan gaya hidup normal baru konsumen. Setelah pandemi Covid-19, industri pakaian, khususnya sektor *fast fashion* mulai bangkit kembali. Industri ini beradaptasi dengan menyediakan tren yang sesuai dengan gaya hidup new normal konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa *fast fashion* tetap relevan dan mampu beradaptasi dengan perubahan kebutuhan pasar yang cepat (Ramadhan, 2024).

Konsep-Konsep Nilai Pendidikan Islam Dalam Menghadapi *Fast fashion*

Penerapan nilai-nilai Islam dalam menyikapi fenomena *fast fashion* melibatkan pengintegrasian prinsip-prinsip dari Al Qur'an dan Hadis, berikut ini adalah konsep-konsep nilai Islam dalam menangkal trend *Fast fashion*, diantaranya:

1. Tawassut (Moderasi)

Allah Subhanahu wa Ta'ala berfirman:

﴿يٰۤاَيُّهَا اٰدَمُ خُذْ زِينَتَكَ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلْ وَاشْرَبْ وَلَا تُسْرِفْ اِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ﴾

“Wahai anak cucu Adam, pakailah pakaianmu yang indah pada setiap (memasuki) masjid dan makan serta minumlah, tetapi janganlah berlebihan. Sesungguhnya Dia tidak menyukai orang-orang yang berlebihan.” (QS. Al-A‘rāf [7]:31).

Syeikh As-Sa’di berkata dalam tafsirnya *Taisir Al-Karim Al-Rahman* bahwa berlebih-lebihan itu bisa berupa kelebihan dari takaran yang seharusnya dan kerakusan dalam makan, yang berbahaya bagi tubuh, atau berupa kemewahan dan kemewahan dalam makanan, minuman, dan pakaian, atau berupa melampaui batas dari yang halal kepada yang haram. karena berlebih-lebihan itu dibenci oleh Allah dan membahayakan tubuh dan mata pencaharian manusia, sehingga bisa membuatnya tidak bisa mencukupi nafkahnya (As-Sa’di, 2000).

Allah Ta’ala Berfirman:

﴿اِنَّ الْمُبْرِئِيْنَ كَانُوْا اِخْوَانَ الشَّيْطٰنِيْنَ وَاَنَّ الشَّيْطٰنَ لِرَبِّهٖۭ ؕ وَاَتٰ ذَا الْقُرْبٰى حَقَّهٗ وَالْمَسْكِيْنَ وَابْنَ السَّبِيْلِ وَلَا تَبْذِرْ اَنْفُسَكَ تَذٰثِيْرًا ۚ﴾

“Berikanlah kepada kerabat dekat haknya, (juga kepada) orang miskin, dan orang yang dalam perjalanan. Janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya para pemboros itu adalah saudara-saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya.” (QS. Al-Isrā' [17]:26-27).

Ibnu Mas'ud menyatakan: “Tabdzir adalah tidak membelanjakan hartanyanya pada tempat yang tepat, hal ini juga dinyatakan oleh Ibnu Abbas.” Mujahid menyatakan: “Jika seseorang membelanjakan seluruh hartanya dengan cara yang etis, maka hal tersebut tidak dianggap sebagai perilaku pemborosan. Sebaliknya, jika mereka mengalokasikan sebagian kecil dari kekayaan mereka dengan cara yang tidak tepat, itu dianggap sebagai perilaku boros.” Qatadah menyatakan, “Tabdzir adalah membelanjakan harta dengan cara yang tidak benar dan menyebabkan kehancuran dan dalam ketidaktaatan kepada Allah.” (Katsir, 1999)

Karena syaitan hanya mengajak kepada perbuatan yang paling hina, yaitu mendorong manusia untuk kikir dan boros dengan hartanya. Jika mereka tidak mengikutinya, maka syetan mengajak mereka untuk kikir dan boros. Allah memerintahkan kepada hambanya yang paling baik dan terpuji, sebagaimana firman-Nya:

Allah Subhanahu wa Ta'ala berfirman:

﴿وَالَّذِيْنَ اِذَا اَنْفَقُوْا لَمْ يُسْرِفُوْا وَلَمْ يَقْتُرُوْا وَكَانَ بَيْنَۢ ذٰلِكَ قَوٰمًا ۙ﴾

“Dan, orang-orang yang apabila berinfak tidak berlebihan dan tidak (pula) kikir. (Infak mereka) adalah pertengahan antara keduanya.” QS. Al-Furqan: 67) (As-Sa’di, 2000).

Ayat-ayat diatas menjelaskan bahwa seorang hamba dilarang untuk melakukan pemborosan dalam berbelanja, khususnya dalam hal berpakaian. Karena pemborosan

merupakan perbuatan dan kebiasaan syetan yang terkutuk. Fenomena *Fast fashion* seringkali memanfaatkan taktik pemasaran yang mendorong seseorang untuk membeli secara impulsif. Maka islam mengajarkan untuk bersikap Tawassut (moderasi) yaitu tidak berlebih-lebihan dalam membelanjakan sesuatu dalam hal ini pakaian dan mengajarkan untuk berpikir matang sebelum membeli sesuatu, mempertimbangkan apakah barang tersebut benar-benar diperlukan dan apakah pembelian tersebut sesuai dengan kemampuan finansial.

2. Qana'ah (Merasa Cukup)

Rasulullah merupakan panutan dan teladan bagi seluruh umat muslim. Dalam kehidupan sehari-harinya Rasulullah sangat sederhana termasuk cara beliau berpakaian. Qana'ah Rasulullah ketika berpakaian yaitu menggunakan baju yang ditambal dan tidak menggantinya. Rasulullah ﷺ bersabda:

عَنْ أَنَسٍ قَالَ لَيْسَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ الصُّوفَ وَاحْتَذَى الْمُخْصُوفَ وَلَيْسَ ثَوْبًا خَشِيئًا خَشِيئًا

“Dari “Anas berkata: “Rasulullah Shallallahu 'alaihi wa sallam mengenakan pakaian dari bahan wol dan sandal yang ditambal, dan beliau juga mengenakan pakaian yang kasar. (HR. Ibnu Majah).

Hadis yang diriwayatkan oleh Anas bin Malik ini menggambarkan gaya hidup Rasulullah ﷺ yang sederhana dan merasa cukup dengan apa adanya. Rasulullah mengenakan pakaian dari bahan wol yang sederhana dan sandal yang ditambal. Hal ini menunjukkan bahwa beliau tidak mementingkan penampilan atau kekayaan material. Sebaliknya, beliau lebih memilih hidup sederhana meskipun sebagai seorang Nabi yang memiliki kedudukan tinggi. Rasulullah mengajarkan umatnya untuk hidup dengan kesederhanaan dan menerima apa adanya. Pakaian yang dikenakan oleh beliau adalah cerminan dari prinsip hidup yang beliau contohkan, yaitu hidup tidak berlebihan dan berlapang dada.

Esensi manusia pada dasarnya berkaitan erat dengan hawa nafsu. Nafsu berusaha untuk menaklukkan manusia dan menyebabkan kelalaian. Terlepas dari rezeki dan anugerah yang dikirim oleh Allah, manusia tidak akan pernah merasa cukup untuk memenuhi semua kebutuhan dan keinginannya. Keadaan ini dapat disebut sebagai kufur nikmat, di mana kufur nikmat menunjukkan sikap ketidakpuasan dan ketidakcukupan yang terus menerus terhadap karunia yang dikirim oleh Allah (Pratiwi, 2022). Dengan mengikuti fenomena *fast fashion* sama dengan melakukan konsumsi yang mendorong pelakunya untuk berbelanja pakaian sesuai dengan hawa nafsunya. Islam mengajarkan seseorang untuk selalu bersifat qana'ah agar dapat menahan dirinya dari segala hawa nafsu (syubhat & syahwat) yang membahayakan dirinya.

3. Zuhud (Meninggalkan Dunia Untuk Akhirat)

Rasulullah ﷺ bersabda:

عن ابن عمر قال : قال النبي صلى الله عليه وسلم : (مَنْ لَيْسَ ثَوْبٌ شَهْرَةَ الْبَيْسَةِ اللَّهُ يَوْمَ الْقِيَامَةِ ثَوْبًا مِثْلَهُ) . وفي رواية بزيادة (ثُمَّ تَلْهَبُ فِيهِ النَّارُ) ، وفي رواية أخرى (ثَوْبٌ مَذْلَةٌ) . رواه أبو داود وابن ماجه

Dari Ibnu ‘Umar berkata: Rasulullah bersabda: "Barangsiapa memakai *baju syuhroh* (baju mewah karena ingin dipuji), maka pada hari kiamat Allah akan mengenakan untuknya baju semisal. Dalam riwayat yang lain: "baju kehinaan." (HR. Abu Dawud dan Ibnu Majah). Hadist ini menjelaskan bahwa Rasulullah ﷺ mengamcam api neraka kepada seseorang yang memakai pakaian yang mewah hanya untuk mendapatkan perhatian dan pujian dari orang lain.

Syeikh Sulaiman Ar-Ruhaily mendefinisikan *Pakaian syuhrah* adalah pakaian (cara berpakaian) yang tidak syar'i yang menyebabkan orang lain memperhatikan dan merasa tidak nyaman dengan pemakainya karena sesuatu yang terlihat jelas dari pakaian tersebut, baik itu terlalu buruk atau terlalu mewah. Berikut ini contoh pakaian syuhrah yaitu memakai pakaian yang berlubang (bolong-bolong) meskipun ia bukan orang

miskin agar orang terkesima dan takjub kepadanya atau memakai pakaian sangat mahal yang hanya dipunyai oleh dirinya. Pakaian syuhroh juga dipengaruhi oleh warna pakaian, seperti seseorang memakai pakaian dengan warna yang mencolok atau warna yang tidak dipakai didaerah tersebut. (Ar-Ruhaily, 2019)

Istilah “*pakaian syuhroh*” secara eksklusif mengacu pada pakaian yang membuat seseorang terkenal dan diakui. Akibatnya, ia menjadi bahan pembicaraan di berbagai pertemuan. Si Fulan memakai pakaian yang serupa. Si Fulan memakai pakaian yang serupa. Oleh karena itu, sebuah pakaian bisa jadi merupakan pakaian yang terkenal bagi seseorang, tetapi tidak bagi orang lain. Maka, pakaian ketenaran adalah pakaian yang menyimpang dari kebiasaan manusia untuk membuat pemakainya menjadi terkenal dan menjadi bahan pembicaraan. Larangan terhadap pakaian syuhroh ada semata-mata untuk mencegahnya menjadi bahan pembicaraan dan, sebagai akibatnya, individu-individu jatuh ke dalam dosa ghibah.” (Utsaimin, 2000).

Syeikh Utsaimin juga mengatakan dalam kitab *Syarh Al-Mumtī* bahwa disunnahkan untuk mengikuti pakaian yang menjadi kebiasaan masyarakat dalam hal-hal yang tidak dilarang dalam agama. Apabila memakai pakaian yang tidak lazim, maka hal ini karena menyimpang dari kebiasaan berarti menjadi syuhroh (bermegahan). Nabi shallallahu 'alaihi wa sallam melarang berpakaian syuhroh. Oleh karena itu, segala sesuatu yang menyimpang dari kebiasaan setempat dilarang dalam agama. (Utsaimin, 2007)

Hadis tersebut menyoroti sikap bermegah-megahan dalam berpakaian dengan tujuan riya' (ingin dipuji) dan ancaman berupa baju kehinaan di akhirat yang dilalap api neraka. Fenomena *fast fashion* mendorong budaya konsumtif di mana orang membeli baju secara berlebihan hanya untuk mengikuti tren atau pamer di media sosial (seperti outfit berbeda tiap hari). Hal ini sejalan dengan konsep “memakai baju kemewahan karena ingin dipuji” dan mendapat perhatian dari orang lain dalam hadis. Islam mengajak seseorang untuk bersikap zuhud, yaitu meninggalkan perkara dunia untuk akhirat dan menghindari israf (berlebihan). Dengan demikian seorang muslim dapat terhindar dari fenomena *Fast fashion* yang bertentangan dengan prinsip ini karena mendorong pemborosan. Wallahu a’lam.

4. Syukr (Bersyukur)

Pakaian merupakan bentuk dari dari rizki materi yang Allah berikan kepada seluruh manusia muslim maupun kafir. Allah Ta’ala berfirman:

رُيِّنَ لِلَّذِينَ كَفَرُوا الْحَيَاةُ الدُّنْيَا وَيَسْخَرُونَ مِنَ الَّذِينَ آمَنُوا وَالَّذِينَ اتَّقَوْا فَوْقَهُمْ يَوْمَ الْقِيَمَةِ ۗ وَاللَّهُ يَرْزُقُ مَنْ يَشَاءُ بِغَيْرِ حِسَابٍ

“Kehidupan dunia dijadikan terasa indah dalam pandangan orang-orang yang kufur dan mereka (terus) menghina orang-orang yang beriman. Padahal orang-orang yang bertakwa itu berada di atas mereka pada hari Kiamat. Allah memberi rezeki kepada orang yang Dia kehendaki tanpa perhitungan.”(QS. Al-Baqarah [2]:212) (Al-Munajjid, 2019)

Syeikh As-Sa’di berkata terkait firman ini bahwa rezeki duniawi dapat diperoleh baik oleh orang beriman maupun orang yang tidak beriman; namun rezeki batin, termasuk pengetahuan, keimanan, kecintaan kepada Allah, serta rasa hormat dan pengharapan kepada-Nya, hanya diberikan kepada orang-orang yang dikasihi-Nya. (As-Sa’di, 2019).

Maka dari itu. Kita diperintahkan untuk bersyukur terhadap nikmat-nikmat yang Allah berikan kepada kita niscaya Allah akan menambah rezeki kepada kita. Allah Ta’ala berfirman:

وَإِذْ تَأَذَّنَ رَبُّكُمْ لَئِنْ شَكَرْتُمْ لَأَزِيدَنَّكُمْ وَلَئِنْ كَفَرْتُمْ إِنَّ عَذَابِي لَشَدِيدٌ

(Ingatlah) ketika Tuhanmu memaklumkan, “Sesungguhnya jika kamu bersyukur, niscaya Aku akan menambah (nikmat) kepadamu, tetapi jika kamu mengingkari (nikmat-Ku), sesungguhnya azab-Ku benar-benar sangat keras.” (QS Ibrāhīm [14]:7)

Allah menciptakan manusia dengan pendengaran dan penglihatan agar manusia selalu bersyukur. Allah Subhanahu wa Ta'ala berfirman:

وَاللَّهُ أَخْرَجَكُمْ مِنْ بُطُونِ أُمَّهَاتِكُمْ لَا تَعْلَمُونَ شَيْئًا وَجَعَلَ لَكُمُ السَّمْعَ وَالْأَبْصَارَ وَالْأَفْئِدَةَ ۚ لَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ

“Allah mengeluarkan kamu dari perut ibumu dalam keadaan tidak mengetahui sesuatu pun dan Dia menjadikan bagi kamu pendengaran, penglihatan, dan hati nurani agar kamu bersyukur.” (QS. An-Nahl [16]:78)

Akal, penglihatan, dan pendengaran yang dianugerahkan Allah kepada manusia memungkinkan manusia untuk memahami lingkungannya, mempertahankan eksistensinya, dan membina hubungan antarpribadi. Pengalaman dan pengetahuan manusia berkembang dan berevolusi setiap hari melalui kemampuan akal dan indera. Ini semua merupakan kebaikan dan anugerah yang luar biasa dari Allah kepada umat manusia. Oleh karena itu, manusia harus mengungkapkan rasa syukur kepada-Nya dengan mengakui keesaan-Nya, menahan diri untuk tidak menyamakan-Nya dengan yang lain, dan memanfaatkan semua karunia Allah untuk beribadah dan taat kepadanya. (Departemen Agama RI, 2011)

Hubungan antara rasa syukur dan fenomena fast fashion memiliki banyak sisi, yang melibatkan dimensi psikologis dan lingkungan. Rasa syukur, sebagai atribut emosional yang positif, telah dikaitkan dengan perilaku konsumsi yang berkelanjutan, yang bertolak belakang dengan praktik-praktik fast fashion yang tidak berkelanjutan. Fast fashion, yang ditandai dengan produksi dan konsumsi pakaian trendi dan murah yang cepat, memiliki dampak lingkungan yang signifikan, termasuk polusi dan penipisan sumber daya. Penanaman rasa syukur dapat mendorong perilaku konsumen yang lebih berkelanjutan, yang berpotensi mengurangi beberapa dampak negatif dari *fast fashion*. Wallahu a'lam.

5. Amanah (Tanggung jawab)

Amanah atau tanggung jawab adalah prinsip Islam yang menekankan bahwa manusia diberikan tanggung jawab oleh Allah untuk menjaga dan memelihara bumi serta semua makhluk hidup di dalamnya. Allah Ta'ala berfirman:

وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلَكَةِ إِنِّي جَاعِلٌ فِي الْأَرْضِ خَلِيفَةً ۖ قَالُوا أَتَجْعَلُ فِيهَا مَنْ يُفْسِدُ فِيهَا وَيَسْفِكُ الدِّمَاءَ وَنَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ لَكَ ۗ قَالَ إِنِّي أَعْلَمُ مَا لَا تَعْلَمُونَ

“(Ingatlah) ketika Tuhanmu berfirman kepada para malaikat, “Aku hendak menjadikan khalifah di bumi.” Mereka berkata, “Apakah Engkau hendak menjadikan orang yang merusak dan menumpahkan darah di sana, sedangkan kami bertasbih memuji-Mu dan menyucikan nama-Mu?” Dia berfirman, “Sesungguhnya Aku mengetahui apa yang tidak kamu ketahui.” (QS. Al-Baqarah [2]:30).

At-Thabari menjelaskan dalam karyanya *Bayān fī Ta'wil al-Qur'an* bahwa istilah khalifah merujuk pada fungsi manusia sebagai penghuni dan pemakmur bumi, menggantikan iblis yang pernah mendiami dunia dan ditaklukkan oleh para malaikat yang mengarah pada kemunculan Adam. Untuk penjelasannya, manusia sebagai khalifah bukanlah penguasa dunia melainkan penerus yang ditugaskan untuk mengelola dan memakmurkan bumi. Khalifah juga dapat diklasifikasikan sebagai pembawa mandat. Manusia diberi Amanah untuk menjaga bumi dari kerusakan air dan lingkungan yang merupakan keberlanjutan hidup manusia. (Ath-Thabari, 2000)

Industri *fast fashion* seringkali menggunakan bahan yang murah dan tidak ramah terhadap lingkungan, yang berkontribusi pada kerusakan alam dan polusi. Jika perusahaan-perusahaan *fast fashion* memiliki sikap amanah, mereka akan merasa

bertanggung jawab untuk berusaha dalam memilih bahan baku yang lebih ramah lingkungan dan mempertimbangkan dampak produksi terhadap bumi ini. Mereka akan menerapkan prinsip keberlanjutan dalam desain dan produksi mereka untuk menjaga kelestarian alam bagi generasi mendatang.

KESIMPULAN

Implementasi pendidikan berbasis nilai Islam memegang peranan penting dalam membentuk semua kalangan yang memiliki kesadaran moral dan etika yang kuat, sehingga mampu mengambil keputusan yang bertanggung jawab dalam mengonsumsi *fashion*. Berikut ini merupakan penerapan nilai-nilai Islam dalam menyikapi fenomena *fast fashion* yang melibatkan pengintegrasian prinsip-prinsip dari Al Qur'an dan Hadis, berikut ini adalah konsep-konsep nilai Islam dalam menangkali trend *Fast fashion*, diantaranya: Tawassut, yaitu tidak berlebih-lebihan dalam membelanjakan sesuatu dalam hal ini pakaian dan mengajarkan untuk berpikir matang sebelum membeli sesuatu, mempertimbangkan apakah barang tersebut benar-benar diperlukan dan apakah pembelian tersebut sesuai dengan kemampuan finansial. Qana'ah yaitu hidup tidak berlebihan dan berlapang dada., Zuhud yaitu meninggalkan perkara pakaian bermegah-megahan untuk perkara akhirat, Syukur yaitu mensyukuri terhadap nikmat-nikmat pakaian yang Allah berikan dan Amanah yaitu tanggung jawab yang diberikan oleh Allah untuk menjaga dan memelihara bumi serta semua makhluk hidup di dalamnya.. Dengan mengintegrasikan nilai-nilai Islam ke dalam kurikulum pendidikan dan melibatkan semua pihak terkait, kita dapat menciptakan masyarakat yang lebih peduli terhadap lingkungan dan sosial, serta mampu melawan budaya konsumerisme yang dipicu oleh *fast fashion*.

Saran

Untuk produsen, Islam mengajarkan kita bahwa alam adalah amanah yang harus dijaga. Oleh karena itu, perusahaan perlu mengadopsi praktik produksi yang ramah lingkungan, mengurangi limbah, dan mempromosikan daur ulang untuk menjaga keberlanjutan alam. Islam mengajarkan kita untuk tidak berbuat kerusakan (*fasad*) di bumi. Produsen perlu mencari cara untuk mengurangi limbah produksi, misalnya dengan mendaur ulang material, menggunakan teknologi yang lebih efisien, dan meminimalkan penggunaan bahan kimia berbahaya.

Untuk konsumen, kita diajarkan untuk tidak berlebihan dalam memenuhi kebutuhan duniawi dan untuk menghindari pemborosan (*israf*). Konsumen dapat memilih untuk membeli produk yang berkualitas dan tahan lama, daripada tergoda oleh tren mode yang cepat berubah. Hal ini dapat mengurangi tekanan pada industri *fast fashion* untuk terus menghasilkan produk secara massal. Konsumen sebaiknya menyadari dampak sosial dan lingkungan dari pembelian mereka. Dalam Islam, konsep qana'ah dan zuhud mengajarkan bahwa kita tidak perlu bermegah-megahan dalam berpakaian dan memakai pakaian apa adanya. Konsumen dapat memilih untuk mendukung merek yang mematuhi prinsip-prinsip etis dan ramah lingkungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ar-Ruhaily, Sulaiman. (2019). Dhabit Libas Asy-Syuhrah Lilsyaikh Sulaiman Ar-Ruhaily hafizahullah <https://www.youtube.com/watch?v=sNzQWc8aMGE>. Diakses pada 28 Maret 2025.
- As-Sa'di, Abdurrahman. (2000). Taisir Al-Karim Ar-Rahman Fi Tafsir Kalam Al-Mannan. Damaskus: Muassasah Ar-Risalah.
- Ath-Thabari, Abu Ja'far Muhammad Bin Jarir. (2000) Jami' al-Bayan fi Tafsir al-Qur'an, ed. oleh Tej. Ahsan Askan. Jakarta: Pustaka Azzam.

- Bartl, A., & Ipsmiller, W. (2023). Fast fashion versus circular economy: an exciting match? <https://doi.org/10.31025/2611-4135/2023.18309>.
- Bick, Rachel, Halsey, Erika, & Ekenga, Christine C.. (2018). The global environmental injustice of fast fashion". BioMed Central. <https://doi.org/10.1186/s12940-018-0433-7>.
- Departemen Agama RI. (2011). Al-Qur'an da Tafsirnya (Edisi yang Disempurnakan), Jakarta: Widya Cahaya, jdl. 5, 359-360.
- Fadil, Achmad. (2020). Penerapan Motif Cortex Fractalucious Pada Produk Fesyen Menggunakan Teknik 3D Berbasis Eco Fashion. Repository. Universitas Dinamika.
- Farhan, Afif, Cindy Cintya Lauren, dan Nabila Annisa Fuzain. (2023). "Analisis Faktor Pencemaran Air dan Dampak Pola Konsumsi Masyarakat di Indonesia" 02, no. 12: 1095–1103.
- Friska, F. & Kristaung, R. (2023). Voluntary simplicity dan sustainable clothing purchase intention dengan environment concern sebagai variabel mediasi. Ekonomi Digital, 2(1), 59-66. <https://doi.org/10.55837/ed.v2i1.60>
- Islam, Mazedul, Perry, Patsy, and Gill, S. (2020). "Mapping environmentally sustainable practices in textiles, apparel and fashion industries: a systematic literature review". Journal of Fashion Marketing and Management, Vol. 252, 331-353. <https://doi.org/10.1108/jfmm-07-2020-0130>.
- Jaya, G., Warsah, I., & Istan, M. (2023). Kiat penelitian dengan model pendekatan telaah kepustakaan. Tik Ilmeu Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan informasi, 7(1), 117. <https://doi.org/10.29240/tik.v7i1.6494>.
- Jolga,. I.B. (2024). Fast fashion, fashion industry multinationals and global value chains. [Journal of Applied Research](https://doi.org/10.47576/2949-1878.2024.6.6.003), 6, 27–31. <https://doi.org/10.47576/2949-1878.2024.6.6.003>.
- Juliyanto, D., & Firmansyah, A. (2024). Menuju Sustainable Fashion: Rencana Aksi Untuk Mengatasi Dampak Negatif Fast fashion. Journal of Law, Administration, and Social Science. <https://doi.org/10.54957/jolas.v4i3.669>.
- Katsir, Ismail. (1999). Tafsir Al-Qur'an Al-Adzim. Riyadh: Dar Tayyibah Linnasyr Wa At-Tauzi'.
- Kornelis, Y. (2022). Fenomena industri fast fashion: kajian hukum perspektif kekayaan intelektual indonesia. Jurnal Komunitas Yustisia, 5(1), 262–277. <https://doi.org/10.23887/jatayu.v5i1.46040>.
- Muhamad, D. V. (2018). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen terhadap merek fast fashion di indonesia. Repository. Universitas Islam Indonesia.
- Munajjid. (2019). Siapakah Mereka Pemberi Rezeki. <https://islamqa.info/id/answers/160556/siapakah-mereka-pemberi-rizki-dalam->

[firman-allah-allah-sebaik-baik-pemberi-rizki-dan-penjelasan-perbedaan-antara-rizki-allah-dan-rizki-makhluk](#). Dilihat pada 30 Maret 2025 pukul 10.30

- Nurhayati, N., & Afifullah, A. (2023). Menyikapi Tren Fast fashion Perspektif Al-Qur'an (Analisis Maqāṣid Al-Qur'ān Ibn 'Āsyūr). REVELATIA. <https://doi.org/10.19105/revelatia.v4i2.8261>.
- Peters, Gregory, Li, Mengyu, and Lenzen, Manfred. (2021). The need to decelerate fast fashion in a hot climate - A global sustainability perspective on the garment industry. Elsevier BV. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.126390>.
- Pratiwi, S. R. (2022). Qonaah sebagai pencegahan perilaku konsumtif perspektif sufistik Buya Hamka. UINSunan Ampel Surabaya.
- Ramadhan, A. F. (2024). Tren fast fashion pakaian masa new normal di Indonesia: Efektivitas konsep sustainable fashion terhadap lingkungan. <https://doi.org/10.61511/jwsc.v1i2.2024.1247>.
- Shinta, F. (2018). Kajian fast fashion dalam percepatan budaya konsumerisme. Jurnal Rupa, 3(1), 62-76. <https://doi.org/10.25124/rupa.v3i1.1329>.
- Siddhartha, Sashya. (2024). "Sustainable Fashion: Exploring the Concept of Greenwashing and New Trends in the Fashion Industry". International Journal of Innovative Science and Research Technology. <https://doi.org/10.38124/ijisrt/ijisrt24jul957>.
- Soelityowati, Fiona. (2020). Dampak Fast fashion Terhadap Lingkungan. Seminar. Universitas Ciputra Surabaya.
- Sudirman, A. (2023). Ekspansi Fast fashion melalui Jaringan Produksi Global terhadap Penyerapan Tenaga Kerja di Jawa Barat. Global Focus, 03(01), 35–47. <https://doi.org/10.21776/ub.jgf.2023.003.01.4>.
- Utsaimin. (2000). Fatawa Nur Ala Ad-Darb. T.t: t.t
- Utsaimin. (2007). Syarhul Mumti'. Dar Ibn Jauzi: t.t.
- Zikriadi, Z. & Sulaiman, U. (2023). Aneka jenis penelitian. Sambara Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 1(1), 36-46. <https://doi.org/10.58540/sambarapkm.v1i1.157>.