AKADEMIK E-ISSN 2774-8863
Jurnal Mahasiswa Humanis
Vol. 5, No. 1, Januari 2025

Strategi Keberlanjutan dan Transformasi Digital di Industri Fast Fashion: Studi Kasus Uniqlo

Fabella Cloudia
Universitas Katolik Parahyangan, Indonesia
fabellacloudia@gmail.com

Submitted: 25th Oct 2024 | **Edited**: 30th Dec 2024 | **Issued**: 09th Jan 2025

Cited on: Cloudia, F. (2025). Strategi Keberlanjutan dan Transformasi Digital di Industri Fast Fashion: Studi Kasus Uniqlo. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis, 5*(1), 531-538.

ABSTRACT

The fast fashion industry has grown rapidly by providing trendy and affordable clothing, but it has led to negative environmental impacts, such as increased carbon emissions and textile waste. UNIQLO, as one of the key players in this industry, applies the Net Positive principle to create a positive impact that exceeds its negative effects. By leveraging digital transformation, UNIQLO enhances operational efficiency and transparency in its business. This article discusses UNIQLO's strategy of integrating the Net Positive concept with digital technology. The analysis results show that through supply chain tracking, AI-based inventory management, and consumer education programs, UNIQLO has successfully reduced textile waste, decreased carbon emissions, and increased loyalty among environmentally-conscious consumers. These strategic steps not only help UNIQLO reduce its environmental impact but also strengthen its competitiveness in the global fast fashion market. UNIQLO's approach serves as a real example for other companies in the industry that aim to adopt a sustainable business model, especially in the digital era, which demands innovation and environmental responsibility.

Keywords: Fast Fashion, Environmental Sustainability, Digital Transformation, Sustainable Business Strategy, Net Positive

PENDAHULUAN

Industri fast fashion telah menunjukkan pertumbuhan yang sangat pesat dalam beberapa dekade terakhir, sebagian besar didorong oleh permintaan konsumen yang terus meningkat akan pakaian yang modis dan terjangkau. Model bisnis ini bergantung pada siklus produksi yang sangat cepat dan volume besar, yang memungkinkan merek-merek fashion untuk menyediakan koleksi baru secara teratur. Namun, di balik keuntungan ekonomi yang besar, industri ini menghadapi sejumlah tantangan serius, terutama dalam hal dampak lingkungan dan sosial. Proses produksi yang cepat sering kali menghasilkan limbah tekstil yang sangat tinggi, polusi dari bahan kimia dan pewarna, serta konsumsi energi yang besar. Selain itu, adanya ketidakadilan dalam

rantai pasokan, seperti kondisi kerja yang buruk bagi para pekerja di negara-negara berkembang, semakin memperburuk masalah ini.

Sebagai salah satu pemain utama dalam industri fast fashion, UNIQLO berusaha untuk menanggapi tantangan ini dengan mengimplementasikan strategi keberlanjutan yang berfokus pada konsep Net Positive. Pendekatan Net Positive, seperti yang dijelaskan oleh Polman dan Winston (2021), mendorong perusahaan untuk tidak hanya mengurangi dampak negatifnya terhadap lingkungan dan masyarakat, tetapi juga untuk menciptakan dampak positif yang lebih besar. Dalam konteks UNIQLO, ini berarti berkomitmen untuk mengurangi jejak karbon, mengelola limbah dengan lebih efisien, dan memperbaiki kondisi kerja di seluruh rantai pasokannya. Dengan mengadopsi prinsip-prinsip keberlanjutan ini, UNIQLO bertujuan untuk menjadi contoh bagaimana perusahaan besar dapat beroperasi secara lebih bertanggung jawab tanpa mengorbankan kualitas dan aksesibilitas produk mereka.

Strategi ini didukung oleh transformasi digital, yang memungkinkan pelaksanaan inisiatif keberlanjutan secara efisien dan transparan, sehingga UNIQLO dapat memperluas dampak positifnya. Rizaldy dan Supiansyah (2023) mencatat bahwa persaingan dalam industri fast fashion sangat ketat, di mana perusahaan besar menghadapi tantangan untuk menciptakan strategi yang tidak hanya menguntungkan tetapi juga berkelanjutan. Penelitian ini menyoroti strategi UNIQLO yang mengintegrasikan prinsip Net Positive dengan digitalisasi untuk mencapai keunggulan kompetitif sekaligus memenuhi kebutuhan pasar akan praktik bisnis yang lebih berkelanjutan. Pendekatan ini membantu UNIQLO memperkuat posisinya dalam menghadapi persaingan sekaligus memenuhi tuntutan lingkungan.

LANDASAN TEORI

Keberlanjutan di industri fast fashion merujuk pada upaya untuk mengurangi dampak negatif dari produksi dan konsumsi pakaian terhadap lingkungan dan masyarakat (Endrayana & Retnasari, 2021). Secara teori, keberlanjutan dapat dibagi menjadi tiga pilar utama: ekonomi, sosial, dan lingkungan (Nugraheni, et al., 2022). Pilar ekonomi berfokus pada pencapaian keuntungan yang tidak merugikan pihak lain atau generasi mendatang. Pilar sosial berkaitan dengan keadilan sosial, seperti memastikan bahwa pekerja di seluruh rantai pasokan mendapatkan perlakuan yang adil

dan aman. Pilar lingkungan mengarah pada pengurangan dampak terhadap alam, seperti mengurangi emisi karbon, limbah tekstil, dan penggunaan bahan kimia berbahaya dalam proses produksi. Dalam konteks fast fashion, keberlanjutan menjadi tantangan besar karena model bisnis yang cepat dan berbasis volume tinggi cenderung memperburuk masalah ini.

Sementara itu, transformasi digital di industri fast fashion merujuk pada penerapan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi dan inovasi dalam berbagai aspek bisnis, termasuk produksi, distribusi, dan penjualan. Teknologi seperti Internet of Things (IoT), big data, kecerdasan buatan (AI), dan blockchain semakin digunakan untuk mengoptimalkan rantai pasokan, mempercepat proses produksi, serta menyediakan informasi yang lebih transparan dan akurat mengenai asal-usul produk (Erwin, et al., 2023). Transformasi digital ini tidak hanya memungkinkan perusahaan untuk beroperasi lebih cepat dan efisien, tetapi juga memberikan peluang untuk merancang produk yang lebih ramah lingkungan dan lebih sesuai dengan keinginan konsumen.

Dalam teori keberlanjutan, integrasi antara transformasi digital dan prinsip keberlanjutan dapat membawa banyak manfaat (Zebua, et al., 2023). Pertama, teknologi digital dapat membantu mengurangi limbah dan meningkatkan efisiensi dalam proses produksi. Misalnya, dengan menggunakan big data untuk menganalisis tren mode dan permintaan konsumen, perusahaan dapat mengurangi overproduction, yang merupakan salah satu penyebab utama limbah dalam industri fast fashion. Selain itu, teknologi seperti AI dapat digunakan untuk merancang produk dengan lebih presisi, mengurangi penggunaan bahan baku yang tidak perlu, serta memperpanjang masa pakai produk dengan desain yang lebih tahan lama.

Namun, penerapan transformasi digital dalam industri fast fashion juga menghadapi tantangan. Salah satunya adalah ketergantungan pada teknologi yang masih memerlukan energi tinggi, yang berpotensi meningkatkan jejak karbon industry (Adhariani, et al., 2024). Selain itu, adopsi teknologi baru memerlukan investasi yang besar, yang mungkin sulit dilakukan oleh perusahaan-perusahaan kecil yang beroperasi di sektor ini. Oleh karena itu, penting bagi industri fast fashion untuk mengintegrasikan keberlanjutan dalam setiap tahap transformasi digitalnya, mulai dari desain produk, produksi, distribusi, hingga konsumsi. Dengan cara ini, industri dapat memanfaatkan

 E-ISSN 2774-8863

teknologi untuk mendukung keberlanjutan jangka panjang, bukan sekadar mengoptimalkan keuntungan dalam jangka pendek.

Tabel 1. Kajian Literatur

No	Judul Artikel	Penulis & Tahun Terbit	Kesimpulan
1	Theories for Competitive Advantage	Wang, H. L. (2014)	Memaparkan teori Resource-Based View (RBV) dan transient advantage sebagai strategi berkelanjutan yang mengedepankan fleksibilitas perusahaan dalam menanggapi perubahan pasar yang cepat, sangat relevan bagi industri dinamis seperti fashion.
2	Recognize The Fierce Competition in The Fast Fashion Industry	Rizaldy, A., & Supiansyah (2023)	Menggunakan model Lima Kekuatan Porter untuk menganalisis persaingan di industri fast fashion, dengan menyoroti posisi kompetitif perusahaan seperti UNIQLO dalam menghadapi ancaman eksternal dan persaingan yang ketat.
3	Analysis of UNIQLO's Contribution Through CSR Programs in Handling the Issues of Women's Refugees 2021 in Indonesia	Namira, A., & Indriani, M. (2023)	Menyoroti kontribusi UNIQLO melalui program CSR yang mendukung pengungsi perempuan di Indonesia, berfokus pada peningkatan keterampilan dan ekonomi pengungsi yang sejalan dengan prinsip Net Positive dan tujuan pembangunan berkelanjutan.
4	The Impact of Sustainable Clothing Brand (UNIQLO) on the Implementation of SDG Number 13	Ardhan, F., & Affandi, R. A. (2022)	Mengkaji kontribusi UNIQLO terhadap tujuan SDG 13 terkait aksi iklim, termasuk strategi perusahaan dalam mengurangi emisi dan limbah tekstil melalui program keberlanjutan seperti inisiatif Reduce, Reuse, Recycle (3R).
5	Global Corporate Responsibility, Transparency, and the Environment: Tracing Indonesian Second Tier Suppliers of Japanese Fashion Brands	Rasyid, A., & van Huis, S. C. (2022)	Menganalisis keterlibatan pemasok lapis kedua UNIQLO dalam program PROPER di Indonesia untuk memastikan kepatuhan terhadap standar lingkungan, sebagai bagian dari tanggung jawab sosial UNIQLO dalam menciptakan rantai pasok berkelanjutan.
6	The Effect of CSR, Brand Attitude, and Perceived Value on Purchase Intention at Uniqlo	Alvian, V., & Diatmika, A. A. K. (2024)	Menunjukkan bahwa inisiatif keberlanjutan UNIQLO melalui program CSR, sikap terhadap merek, dan nilai yang dirasakan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas dan niat beli konsumen terhadap merek UNIQLO.
7	Net Positive: How Courageous Companies Thrive by Giving More Than They Take	Polman, P., & Winston, A. (2021)	Memperkenalkan konsep Net Positive sebagai pendekatan bisnis berkelanjutan yang tidak hanya mengurangi dampak negatif tetapi juga menciptakan kontribusi positif bagi masyarakat dan lingkungan, relevan dengan strategi keberlanjutan UNIQLO.

Sumber: Data penelitian, 2024

Penelitian ini bertujuan untuk menggali berbagai temuan dari penelitian sebelumnya terkait aspek sosial dan keberlanjutan yang dilakukan oleh UNIQLO, yang

menjadi fokus utama dalam artikel ini. Artikel ini didasarkan pada salah satu penelitian sebelumnya yang dipublikasikan dalam jurnal Recognize The Fierce Competition in The Fast Fashion Industry oleh Rizaldy dan Supiansyah (2023), yang membahas tentang ketatnya persaingan dalam industri fast fashion. Sebagai pengembangan dari penelitian tersebut, artikel ini juga mengintegrasikan temuan dari berbagai jurnal lain yang secara spesifik membahas aktivitas UNIQLO, terutama dalam kaitannya dengan keberlanjutan dan dampak sosialnya. Dengan demikian, artikel ini merangkum dan mengelaborasi hasil-hasil penelitian dari berbagai literatur untuk dijadikan dasar dalam analisis dan pembahasan utama.

METODE PENELITIAN

Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus dan analisis deskriptif, dengan UNIQLO sebagai objek utama dalam analisis. Data sekunder dikumpulkan dari berbagai artikel jurnal, laporan penelitian, dan publikasi relevan lainnya. Penelitian ini mengintegrasikan konsep Net Positive dan peran transformasi digital sebagai pendekatan utama. Tujuan dari pendekatan ini adalah untuk menganalisis dan mengeksplorasi strategi persaingan berbasis keberlanjutan dan digitalisasi yang diterapkan oleh UNIQLO.

HASIL PENELITAN

Strategi Net Positive dan Program Keberlanjutan di UNIQLO

UNIQLO telah meluncurkan berbagai program keberlanjutan untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan dan memberikan kontribusi positif terhadap masyarakat. Salah satu inisiatif yang signifikan adalah kolaborasinya dengan UNHCR untuk membantu pengungsi perempuan di Indonesia. Melalui program ini, UNIQLO memberikan pelatihan keterampilan kepada para pengungsi, bertujuan untuk meningkatkan kemandirian ekonomi mereka. Program ini tidak hanya berfokus pada pemberdayaan perempuan, tetapi juga mendukung beberapa tujuan dalam Sustainable Development Goals (SDGs), terutama dalam hal kesetaraan gender dan penciptaan lapangan kerja yang layak, seperti yang dijelaskan oleh Namira dan Indriani (2023).

Selain program sosial tersebut, UNIQLO juga menekankan upaya pengurangan dampak ekologis melalui penerapan prinsip Reduce, Reuse, Recycle (3R). Program ini

bertujuan untuk mengoptimalkan penggunaan sumber daya dan energi dalam proses produksi mereka, mengurangi limbah, serta memperpanjang siklus hidup produk. UNIQLO juga memiliki komitmen untuk mencapai netralitas karbon pada tahun 2050, yang tercermin dalam upaya mereka untuk mengurangi emisi gas rumah kaca dan meningkatkan efisiensi energi dalam operasi global mereka, sebagaimana diungkapkan oleh Ardhan dan Affandi (2022). Inisiatif ini menunjukkan bagaimana UNIQLO berusaha untuk mencapai keseimbangan antara keberlanjutan lingkungan dan dampak sosial positif melalui inovasi dan tanggung jawab perusahaan.

Tantangan Lingkungan dalam Industri Fast Fashion

Industri fast fashion menghadapi berbagai tantangan lingkungan yang signifikan, termasuk limbah tekstil yang berlebihan, polusi air akibat penggunaan bahan kimia dalam proses produksi, serta emisi karbon yang tinggi dari distribusi global produk. Tantangan-tantangan ini muncul dari siklus produksi yang cepat dan model bisnis berbasis volume tinggi yang mengutamakan kecepatan dan efisiensi tanpa mempertimbangkan dampak jangka panjang terhadap planet. Dalam menghadapi masalah ini, perusahaan-perusahaan di sektor ini, termasuk UNIQLO, mulai mengakui pentingnya keberlanjutan dan berusaha untuk meminimalkan jejak ekologis mereka dengan lebih cermat.

UNIQLO merespons tantangan tersebut dengan mengadopsi prinsip keberlanjutan dalam setiap aspek operasionalnya, sekaligus memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi dan transparansi di seluruh rantai pasokan. Dengan menggunakan solusi digital, UNIQLO dapat mengoptimalkan proses produksi, mengurangi limbah, dan meningkatkan visibilitas terhadap sumber daya yang digunakan dalam setiap tahap produksi. Hal ini memungkinkan mereka untuk mengidentifikasi peluang untuk mengurangi dampak lingkungan, seperti mengurangi emisi karbon dari transportasi dan memastikan bahwa produk yang diproduksi lebih ramah lingkungan. Melalui langkah-langkah ini, UNIQLO berusaha untuk menciptakan keseimbangan antara kebutuhan bisnis dan komitmen terhadap keberlanjutan planet ini.

Peran Transformasi Digital dalam Mewujudkan Strategi Net Positive

Transformasi digital adalah perubahan yang memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan kinerja perusahaan (Jane, 2022). UNIQLO memanfaatkan digitalisasi

untuk melaksanakan strategi Net Positive secara lebih efektif. Beberapa inovasi yang diterapkan meliputi:

1. Transparansi Rantai Pasok. Teknologi digital memungkinkan UNIQLO melacak asal bahan baku untuk memastikan keberlanjutan proses produksi, meningkatkan kepercayaan konsumen (Rasyid & van Huis, 2022).
2. Manajemen Inventori dengan AI. Menggunakan kecerdasan buatan untuk memprediksi permintaan secara akurat, mengurangi limbah produksi, dan meningkatkan efisiensi energi (Ardhan & Affandi, 2022).
3. Optimalisasi E-commerce dan Logistik. Mengurangi ketergantungan pada toko fisik dan optimasi rute pengiriman untuk mengurangi emisi karbon (Polman & Winston, 2021).
4. CRM untuk Meningkatkan Loyalitas Konsumen. Teknologi CRM membantu UNIQLO menargetkan konsumen sadar lingkungan dengan produk berkelanjutan, memperkuat loyalitas (Alvian & Diatmika, 2024).
5. Kampanye Edukasi melalui Media Sosial. Mengedukasi konsumen tentang keberlanjutan dan produk ramah lingkungan (Namira & Indriani, 2023).

Pendekatan ini selaras dengan teori Resource-Based View (RBV) dan transient advantage, menunjukkan bagaimana UNIQLO mengadaptasi inisiatif keberlanjutan dan digitalisasi sebagai keunggulan kompetitif yang memungkinkan mereka merespons perubahan pasar dengan cepat dan efektif (Wang, 2014).

KESIMPULAN

Strategi kompetitif UNIQLO yang menggabungkan prinsip Net Positive dan transformasi digital terbukti efektif dalam menghadapi tantangan lingkungan serta mempertahankan keunggulan kompetitif di industri fast fashion. Melalui transparansi rantai pasok, manajemen inventori berbasis AI, dan kampanye edukasi konsumen, UNIQLO menciptakan nilai yang berkelanjutan bagi masyarakat dan lingkungan. Pendekatan ini memungkinkan UNIQLO untuk merespons perubahan pasar yang cepat dan sekaligus mengilustrasikan penerapan teori Resource-Based View (RBV) dan transient advantage, yang berkontribusi dalam mengoptimalkan sumber daya internal perusahaan untuk daya saing yang berkelanjutan (Wang, 2014). Strategi ini bisa menjadi referensi bagi perusahaan fast fashion lain yang ingin mengadopsi model bisnis

 E-ISSN 2774-8863

yang lebih berkelanjutan di era digital. Namun, artikel ini memiliki keterbatasan karena hanya berfokus pada satu studi kasus, sehingga hasilnya mungkin tidak sepenuhnya berlaku untuk perusahaan fast fashion lain dengan struktur operasional dan strategi yang berbeda. Penelitian lanjutan yang membandingkan perusahaan seperti H&M, Zara, dan UNIQLO dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang variasi implementasi strategi Net Positive dan dampaknya terhadap daya saing di industri ini.

DAFTAR PUSTAKA

Adhariani, D., Hariani, A. R., Hartanti, D., & Mutiha, A. H. (2024). *Manajemen dan Pelaporan Keberlanjutan*. Penerbit Salemba.

Alvian, V., & Diatmika, A. A. K. (2024). The Effect of CSR, Brand Attitude, and Perceived Value on Purchase Intention at Uniqlo. Ekspektra: Jurnal Bisnis dan Manajemen, 8(1), 16-30.

Ardhan, F., & Affandi, R. A. (2022). The Impact of Sustainable Clothing Brand (UNIQLO) on the Implementation of SDG Number 13. Proceedings of the 5th European International Conference on Industrial Engineering and Operations Management, 1066-1075.

Endrayana, J. P. M., & Retnasari, D. (2021). Penerapan sustainable fashion dan ethical fashion dalam menghadapi dampak negatif fast fashion. *Prosiding Pendidikan Teknik Boga Busana*, *16*(1).

Erwin, E., Subagja, A. D., Masliardi, A., Hansopaheluwakan, S., Kurniawan, S. D., Darmanto, E. B., & Muksin, N. N. (2023). *Bisnis Digital: Strategi dan Teknik Pemasaran Terkini*. PT. Green Pustaka Indonesia.

Jane O. Strategic Management +, PT Refika Aditama, Bandung, 2022, p.67-91.

Namira, A., & Indriani, M. (2023). Analysis of UNIQLO's Contribution Through CSR Programs in Handling the Issues of Women's Refugees 2021 in Indonesia. E3S Web of Conferences, 388, 03030.

Nugraheni, M. F. O., Windiani, R., & Wahyudi, F. E. (2022). Tanggung Jawab Kapitalis: Strategi H&M Menanggulangi Dampak Negatif Industri Fast Fashion. *Journal of International Relations Universitas Diponegoro*, *8*(3), 396-407.

Polman, P., & Winston, A. (2021). Net Positive: How Courageous Companies Thrive by Giving More Than They Take. Harvard Business Review Press.

Rasyid, A., & van Huis, S. C. (2022). Global Corporate Responsibility, Transparency, and the Environment: Tracing Indonesian Second Tier Suppliers of Japanese Fashion Brands. Proceedings of the 2nd Indian International Conference on Industrial Engineering and Operations Management.

Rizaldy, A., & Supiansyah. (2023). Recognize The Fierce Competition in The Fast Fashion Industry. International Research Journal of Business Studies, 16(1), 1-10. https://doi.org/10.21632/irjbs

Wang, H. L. (2014). Theories for Competitive Advantage. In H. Hasan (Ed.), Being Practical with Theory: A Window into Business Research. Wollongong, Australia: THEORI.

Zebua, R. S. Y., Hendriyani, C., Sukmadewi, R., Thaha, A. R., Tahir, R., Purbasari, R., & Subagja, A. D. (2023). *BISNIS DIGITAL: Strategi Administrasi Bisnis Digital Untuk Menghadapi Masa Depan*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.