

STUDI LITERATUR: PENGARUH KELAS SOSIAL DALAM FENOMENA FAST FASHION BERDASARKAN TEORI KARL MARX

LITERATURE STUDY: THE INFLUENCE OF SOCIAL CLASS IN THE FAST FASHION PHENOMENON BASED ON KARL MARX THEORY

Aulia Kamalia

Universitas Pamulang

aulia.kamalia29@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini membahas mengenai pengaruh kelas sosial dalam fenomena *fast fashion* dengan berdasarkan kepada teori kelas sosial Karl Marx, adanya dampak yang ditimbulkan dari fenomena *fast fashion* yang berhubungan dengan kelas sosial menjadi latar belakang dari penelitian kali ini. Penelitian kali ini bertujuan untuk melihat pengaruh kelas sosial dan perilaku konsumtif dalam pembelian produk *fast fashion* dan pengaruh kelas sosial dalam fenomena *fast fashion* pada kaum proletar. Penelitian ini menggunakan pendekatan Deskriptif Kualitatif dengan menggunakan studi literatur sebagai teknik pengumpulan data dengan tujuan untuk menggambarkan hasil temuan penelitian atas beberapa artikel jurnal yang ditemukan. Keimpulan yang didapat adalah bahwa Kelas sosial memiliki pengaruh yang besar dalam seseorang memutuskan untuk membeli atau tidaknya sebuah produk *fast fashion*. Pembelian produk *fast fashion* didorong oleh perilaku konsumtif sehingga berdampak buruk karena pemenuhan kebutuhan bukan berdasarkan tindakan rasional. Pembelian produk *fast fashion* dilakukan juga karena ingin diakui oleh orang lain atau karena ingin masuk ke kelas sosial tertentu. Perbedaan kelas yang ada membuat terjadinya pengeksploitasi pekerja, terjadinya dampak buruknya dari fenomena *fast fashion*. Fenomena *fast fashion* membuat para kaum borjuis selaku pemilik alat-alat produksi dan modal untuk mendapatkan keuntungan sebesar mungkin dengan biaya produksi sekecil. Pemenuhan kebutuhan buruh yang tidak dilakukan berupa gaji dan tanggungan keselamatan kerja buruh menjadi dampak yang dilihat juga dari fenomena *fast fashion* ini.

Kata Kunci : Kelas Sosial, Fast Fashion, Karl Marx.

ABSTRACT

This research discusses the influence of social class in the fast fashion phenomenon based on Karl Marx's social class theory, the impact caused by the fast fashion phenomenon related to social class is the background of this research. this research aims to see the influence of social class and consumptive behavior in purchasing fast fashion products and the influence of social class in the fast fashion phenomenon on the proletarian. This research uses a Qualitative Descriptive approach by using literature studies as a data collection technique with the aim of describing the results of research findings on several journal articles found. The conclusion obtained is that social class has a big influence in a person deciding whether or not to buy a fast fashion product. Purchasing fast fashion products is driven by consumptive behavior so that it has a bad impact because meeting needs is not based on rational action. Purchasing fast fashion products is also done because you want to be recognized by others or because you want to enter a certain social class. The class differences that exist make the exploitation of workers, the adverse effects of the fast fashion

phenomenon. The fast fashion phenomenon makes the bourgeoisie as the owners of the means of production and capital to get the most profit possible with the smallest production costs. The fulfillment of workers' needs that are not carried out in the form of salaries and workers' work safety coverage is an impact that is also seen from this fast fashion phenomenon.

Keywords: *Social Class, Fast Fashion, Karl Marx.*

A. Pendahuluan

Seiring dengan perkembangan zaman pakaian kelihatannya bukan lagi dianggap sebagai kebutuhan primer, apalagi dengan ditambah oleh pengaruh kemajuan teknologi. Kemajuan teknologi informasi pada saat ini memberikan banyak sekali orang informasi yang cepat sehingga orang lebih peka terhadap *trend* yang sedang berlangsung. Informasi ini membuat masyarakat memperoleh banyak sekali informasi dan berkomunikasi dengan orang lain sehingga mempermudah mereka memperoleh referensi mode *trend fashion* terkini dan yang paling terbaru, atau yang kita ketahui tren berpakaian, informasi yang didapatkan juga bukan hanya dari wilayah tempat mereka tinggal saja tetapi juga dari belahan dunia lainnya.

Banyak sekali perubahan yang telah terjadi karena didorongnya oleh arus globalisasi yang terus melaju dengan sangat cepat. Dalam dunia *fashion*, telah terjadi transformasi yang besar dan banyak sekali *trend* yang bermunculan dari waktu ke waktu akibat dari perubahan zaman yang terus menerus berubah sehingga membuat *fashion* berubah sesuai dengan mengikuti zamannya. Sampai pada mana, *fashion* memunculkan sebuah konsep yaitu, konsep *fast fashion*. Di Indonesia sendiri telah mengalami banyak sekali perubahan dalam *fashion* karena Indonesia menjadi salah satu negara yang terbuka dengan kehadiran budaya-budaya barat.

Fast fashion sendiri merupakan *trend* global yang bercirikan kemampuan industri *fashion* untuk memberikan tanggapan dengan cepat terkait *fashion* dan selera konsumen yang cepat mengalami perubahan, tetapi dengan prinsip harga jual yang murah. Industri *fast fashion* memiliki rantai pasokan yang sangat cepat dan responsif yang mampu mengembangkan desain baru. *Fast fashion* juga memungkinkan memberikan pengaruh *trickle-up* dari konsumen ke desainer terkait ide dan prefensi konsumen dapat dimasukkan dengan cepat ke dalam konsep desain.(J. Hall, 2018) dalam (Hanandita et al., 2022).

Berbicara tentang *fashion* sering kali kita dapat melihat secara langsung penggunaan pakaian dilakukan berdasarkan kelas sosialnya masing-masing. Banyak dari kita di era ini penggunaan pakaian dari merek-merek tertentu agar kita dapat diterima di kelas sosial

tertentu dan kemudian mendorong kita untuk melakukan tindakan konsumtif. Gaya Konsumtif adalah gaya hidup yang tidak berdasarkan pola pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang mencapai taraf egoisme, istilah gaya konsumtif diartikan sebagai aktifitas yang ditunjukkan kepada orang-orang dalam merencanakan, membeli dan menggunakan barang-barang ekonomi dan jasa, yang menjadi masalah ketika kecenderungan yang sebenarnya wajar pada masyarakat ini dilakukan secara berlebihan (Nabila & Et, 2021).

Kemudian dengan hal tersebut meningkatnya tingkat konsumsi di bidang *fashion* dan frekuensi tren yang ada di masyarakat, mendorong para pengusaha untuk memanfaatkan kesempatan ini untuk menekan biaya produksi semaksimal mungkin guna menciptakan merek-merek kelas atas dengan biaya yang terjangkau bagi pelanggannya (Brier & Lia, 2020) dalam (Farah Khumaerah Arif et al., 2024). Hal ini berdampak pada isu kemanusiaan yaitu kesejahteraan karyawannya, jika kita melihat dari teori kelas sosial Karl Marx, kita dapat melihat melalui sudut pandang ekonomi. Pertama, Kelas atas, yakni kelas yang memiliki alat-alat produksi, seperti pabrik, mesin, dan tanah. Biasanya yang termasuk kelas atas adalah kaum borjuis atau kapitalis. Kedua, kelas bawah, yakni kelas yang bekerja untuk pemilik alat-alat produksi. Kebanyakan kaum yang berada dalam kelas bawah adalah kaum porleter atau pekerja. Pada pembagian kelas ini, Karl Marx memberikan perhatian yang lebih terhadap ketidakadilan yang terjadi di antara kedua kelas tersebut. Masalahnya, kaum borjuis melaksanakan kegiatan yang eksplotatif terhadap kaum porleter. Disebut eksplotasi, karena kaum borjuis membeli tenaga yang dimiliki kaum porleter dengan harga yang tidak sebanding dengan keuntungan yang didapatnya. Padahal sejatinya yang menjual jasa adalah kaum porleter, namun yang mendapatkan keuntungan justru kaum borjuis (Hendriwani Prodi Aqidah dan Filsafat Islam Fakultas Ushuluddin UIN Syarif Hidayatullah Jakarta & Marx, 2020).

Menurut penelitian sebelumnya juga yang dilakukan oleh Ilham dan Herawati dengan judul penelitian “Pengaruh Faktor Kelas Sosial Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Pemilihan Pakaian di Desa Lageego Kecamatan Burau Kabupaten Luwu Timur” menyimpulkan bahwa berdasarkan hasil SPSS menunjukkan bahwa Kelas Sosial memiliki T_{hitung} sebesar $(12,186) > T_{tabel} (1,985)$ sehingga hal tersebut menunjukkan bahwa H_0 diterima atau H_0 ditolak, artinya variabel kelas sosial secara parsial berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen dalam pemilihan pakaian di Desa Lageego Kecamatan Burau kabupaten Luwu Timur.

Sedangkan penelitian terdahulu lainnya juga dengan judul “Tanggung Jawab Kapitalis: Strategi H&M Menanggulangi Dampak Negatif Industri *Fast Fashion*” yang ditulis oleh Maria Fransiska Oktavia Nugraheni, Reni Windiani, dan Fendy E.Wahyudi menyimpulkan bahwa, fakta menunjukkan bahwa penerapan industri *fast fashion* ini ternyata tidak luput dari praktik eksploitasi dan eksploratif perusahaan. Hal ini dapat dibuktikan dengan berbagai dampak negatif pada sektor lingkungan hidup dan kemanusiaan. Dampak negatif dari lingkungan hidup yang dimaksud berasal dari penggunaan bahan-bahan sintesis yang murah dan mudah didapatkan yang memudahkan dan mempercepat proses produksi *fast fashion*, dan limbah-limbah pra dan pasca produksi tekstil yang menumpuk dan mencemari lingkungan. Selain itu, dampak negatif industri *fast fashion* pada sektor kemanusiaan itu muncul dari adanya praktik eksploitatif terhadap pekerja seperti kekerasan berbasis gender, penetapan jam kerja diluar batas, hingga pada memperkerjakan anak dibawah umur. Hal tersebut dilakukan oleh perusahaan untuk mendapatkan keuntungan lebih besar dari perekrutan buruh dengan upah murah.

Berbeda dengan penilitian terdahulu penelitian dengan studi literatur ini mengkaji fenomena dengan melihat dari perspektif Karl Marx tentang kelas sosial. Penelitian kali ini bertujuan untuk melihat bagaimana kelas sosial dapat mempengaruhi seseorang untuk melakukan tindakan pembelian pakaian yang menjorok kearah perilaku konsumtif pada *fast fashion* dan akibat yang ditimbulkan dari pengaruh kelas sosial terhadap fenomena *fast fashion*.

B. Metode Penelitian

Dalam Penelitian ini menggunakan pendekatan Deskriptif Kualitatif dengan menggunakan studi literatur sebagai teknik pengumpulan data dengan tujuan untuk menggambarkan hasil temuan penelitian atas beberapa artikel jurnal yang ditemukan. (Sarwono, 2006) dalam (Munib & Wulandari, 2021) menyatakan bahwa studi literatur yaitu pengkajian data dari berbagai buku referensi serta hasil penelitian sebelumnya yang relevan dengan penelitian untuk mendapatkan landasan teori dari masalah yang akan diteliti. Penelitian ini bersumber dari Buku, Jurnal, Artikel-artikel, dan Skripsi terdahulu yang sesuai dengan tema dan judul penelitian ini.

Deskripsi Kualitatif dengan pengumpulan data memlalui studi pustaka ini dilakukan yaitu membuat deskripsi atau gambaran secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta, dan hubungan antara fenomena yang diteliti dengan teori sambil menganalisisnya, yaitu

mencari sebab dan akibat suatu hal dan menguraikannya secara konsisten dan sistematis secara logis. Dengan demikian, spesifikasi penelitian deskriptif analisis yaitu penelitian yang menggambarkan secara menyeluruh permasalahan. Yang menjadi fokus dalam penelitian ini, yaitu akibat yang ditimbulkan dari pengaruh kelas sosial terhadap fenomena *fast fashion*, bagaimana kelas sosial dapat mempengaruhi seseorang untuk melakukan tindakan pembelian pakaian yang menjorok kearah perilaku konsumtif pada *fast fashion*.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Pengaruh Kelas Sosial dan Perilaku Konsumtif dalam Pembelian Produk *Fast Fashion*

Perilaku konsumtif adalah suatu tindakan yang dilakukan oleh seseorang tanpa memikirkan hal yang dilakukan tersebut berguna atau bermanfaat tidaknya dalam pemenuhan kebutuhannya tanpa dilakukan oleh pertimbangan yang matang. Perilaku konsumtif dalam pemebelian produk *fast fashion* dilakukan karena dipengaruhi oleh rasa tidak ingin kalah saing oleh lainnya dengan membeli pakaian bermerek, dan adanya dorongan untuk membeli barang-barang bermerek demi mengikuti gaya hidup lingkungannya, agar tidak ketinggalan zaman (norak). Hal ini sesuai dengan pembahasan sebelumnya bahwasannya banyak orang saat ini membeli produk *fast fashion* hanya untuk dapat diakui oleh lingkungan (kelas sosial) mana yang ingin dia masuki. Sehingga kita tahu bahwa kelas sosial berpengaruh dalam mendorong tindakan konsumtif terhadapa barang-barang *fast fashion*. Ketika seseorang melakukan tindakan ini hanya untuk diakui oleh kelas sosial lainnya hal ini bedampak buruk karena memicu seseorang untuk melakukan kegiatan konsumtif terhadapa suatu produk hanya demi memuaskan gaya hidup dilingkungannya, dan tentunya bertolak belakang dengan realitas kehidupan dan kemampuan yang dimiliki (Pratama et al., n.d.). Menurut (Baudrillar, 2009) dalam Skripsi yang berjudul “Pengaruh Kelas Sosial dan Gaya Hidup Terhadap perilaku Konsumtif pada Wanita” juga menyatakan bahwa kelas sosial merupakan salah satu faktor dari peilaku konsumtif.

Dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti lainnya juga membenarkan bahwa penyebab orang membeli produk *fast fashion* dan mendorong mereka melakukan perilaku konsumtif adalah karena mereka membeli pakaian hanya untuk tampilan mereka sesuai (*match*). Mereka ingin dianggap keren oleh orang lain dengan memperbanyak koleksi barang-barang *fast fashion* dan membeli barang-barang *fast fashion* bukan berdasarkan kebutuhan namun

berdasarkan keinginan. Selalu ingin tampil mengikuti tren, mempunyai rasa gengsi yang tinggi dan suka dipuji orang atas penampilan mereka.

Jika kita mengaitkan hal tersebut dengan teori Kelas Sosial milik Karl Marx kita dapat melihat bahwa masyarakat memiliki keterkaitan pada kelas sosial, individu dalam masyarakat sering kali berusaha untuk menunjukkan status sosial mereka melalui konsumsi. Dalam dunia *fast fashion*, banyak konsumen merasa ter dorong untuk membeli produk terbaru agar terlihat modis dan mengikuti tren. Hal ini menyebabkan orang-orang berusaha untuk mengkonsumsi lebih banyak demi mempertahankan atau meningkatkan status sosial.

2. Pengaruh Kelas Sosial Dalam Fenomena *Fast Fashion* pada Kaum Proleter

Dalam teori kelas sosial yang sudah kita ketahui sebelumnya Karl Marx membagi kelas sosial menjadi dua bagian yaitu, Pertama kaum borjuis, adalah kelas sosial yang memiliki kepemilikan alat-alat produksi atau modal. Dan yang Kedua kaum proleter, yaitu yang tidak memiliki alat-alat produksi atau modal tetapi menjual jasa mereka contohnya seperti buruh. Dari teori kelas sosial ini kita dapat melihat dampak kelas sosial yang ditimbulkan dalam fenomena *fast fashion*, fenomena *fast fashion* meningkatkan jumlah barang yang harus di produksi sehingga para pemegang modal ingin memproduksi pakaian dengan sangat cepat dan ingin mendapatkan keuntungan sebesar mungkin dengan menekan biaya produksi sekecil atau seminim mungkin, sehingga terjadinya perlakuan yang semena-mena dari kaum borjuis kepada kaum proleter karena kaum borjuis melakukan segala hal dalam usahanya untuk memperoleh keuntungan sebesar mungkin itu. Dengan adanya ini membuat kaum buruh (*proleter*) penindasan dan ketidakadilan dari kaum borjuis atau pemilik modal tersebut.

Penganggapan bahwa kelas borjuis memiliki hak yang lebih besar karena sebagai pemilik modal nampaknya menjadi dampak buruk yang terlihat dari fenomena *fast fashion* ini, terjadinya pengeksploitasi tenaga buruh kemudian pemenuhan hak-hak buruh yang tidak terpenuhi seperti gaji, banyak dari perusahaan memperkerjakan pekerja buruh dari negara berkembang seperti Asia untuk mempertimbangkan gaji yang lebih murah padahal gaji yang diberikan nampaknya juga tidak memenuhi kebutuhan dari buruh. Kemudian buruknya manajemen keselamatan dan tidak adanya jaminan kesehatan yang diberikan sehingga para pekerja yang dituntut kerja dengan cepat untuk memenuhi target pasar kadang kala mengalami kecelakaan kerja tidak adanya tanggung jawab dari pihak pemegang modal.

D. Penutup

Kelas sosial memiliki pengaruh yang besar dalam seseorang memutuskan untuk membeli atau tidaknya sebuah produk *fast fashion*. Pembelian produk *fast fashion* didorong oleh perilaku konsumtif sehingga berdampak buruk karena pemenuhan kebutuhan bukan berdasarkan tindakan rasional. Pembelian produk *fast fashion* dilakukan juga karena ingin diakui oleh orang lain atau karena ingin masuk ke kelas sosial tertentu. Perbedaan kelas yang ada membuat terjadinya pengeksploitasi pekerja, terjadinya dampak buruknya dari fenomena *fast fashion*. Fenomena *fast fashion* membuat para kaum borjuis selaku pemilik alat-alat produksi dan modal untuk mendapatkan keuntungan sebesar mungkin dengan biaya produksi sekecil mungkin karena pada fenomena ini meningkatnya permintaan pasar sehingga menjadi peluang bagi kaum borjuis. Pemenuhan kebutuhan buruh yang tidak dilakukan berupa gaji dan tanggungan keselamatan kerja buruh menjadi dampak yang dilihat juga dari fenomena *fast fashion* ini.

Diharapkan para peminat dan penikmat fashion lebih bijak dalam mengikuti tren berpakaian. Pembelian pakaian diharapkan menggunakan petimbangan yang matang agar tidak terjadinya perilaku konsumtif yang terjadi. Pemenuhan kebutuhan berdasarkan berdasarkan keadaan atau kondisi kita dan tidak melakukan tren hanya untuk diakui di kelas sosial tertentu. Saran kebijakan untuk para *stakeholder* adalah memberikan perhatian lebih kepada butuh sebagai rekan kerja bukan dipandang sebagai budak, menindaklanjuti ketika adanya kasus pengeksploitasi yang dilakukan oleh para pemegang modal. Dan membuat kebijakan yang juga menuntungkan para buruh agar buruh tau ketika mereka ada masalah mereka harus berbuat seperti apa.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayat-Nya sehingga saya bisa menyelesaikan tugas ini. Terima kasih juga kepada Bapak Angga Rosidin S.I.P., M.A.P yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat sehingga dapat membantu saya dalam menyelesaikan tugas kali ini. Tidak lupa pula kepada semua pihak yang telah membantu saya dalam mengerjakan tugas kali ini. Mungkin tanpa bantuan dari berbagai pihak tidak mungkin saya bisa mengerjakan tugas ini dengan lancar dan selesai tepat waktu.

Daftar Pustaka

- Farah Khumaerah Arif, N., Ambo Masse, R., & Islam Negeri Alauddin Makassar, U. (2024). *Fast Fashion; Perilaku Konsumsi Berlebih* (Vol. 3, Issue 2). <http://jurnal.iuqibogor.ac.id>
- Fransiska, M., Nugraheni, O., Windiani, R., & Wahyudi, F. E. (2022). Tanggung Jawab Kapitalis: Strategi H&M Menanggulangi Dampak Negatif Industri Fast Fashion. In *Journal of International Relations* (Vol. 8). <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/jihi> Website: <https://www.fisip.undip.ac.id>
- Hanandita, T., Ilmu Sosial dan Hukum, F., Negeri Surabaya, U., Lidah Wetan, J., Wetan, L., Lakarsantri, K., Sby, K., & Timur, J. (2022). Pemakaian Merek Fast Fashion sebagai Representasi Identitas Diri. In *Journal of Fashion Design: Vol. II* (Issue 1).
- Hendriwani Prodi Aqidah dan Filsafat Islam Fakultas Ushuluddin UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, S., & Marx, K. (2020). Teori Kelas Sosial dan Marxsme Karl Marx. In *Fakultas Ushuluddin* (Vol. 2, Issue 1). <http://journal.uinjkt.ac.id/index.php/paradigma>
- Ilham, H. (2018). Pengaruh Faktor Kelas Sosial Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Pemilihan Pakaian Di Desa Lagego Kecamatan Burau Kabupaten Luwu Timur. *Journal of Islamic Management And Bussines*, 1.
- Lukmanul Hakim, A., & Yuniarti Rusadi, E. (n.d.). *Kritik Globalisasi: Fenomena Fast Fashion Sebagai Budaya Konsumerisme Pada Kalangan Pemuda Kota Surabaya* (Vol. 4, Issue 2).
- Munib, A., & Wulandari, F. (2021). Studi Literatur: Efektivitas Model Kooperatif Tipe Course Review Horay Dalam Pembelajaran IPA di Sekolah Dasar. *Jurnal Pendidikan Dasar Nusantara*, 7(1), 160–172. <https://doi.org/10.29407/jpdn.v7i1.16154>
- Nabila, M., & Et, Z. (2021). *Kelas Sosial dan Budaya Konsumtif Dalam Ruang Lingkup Masyarakat Metropolis dan Tradisional: Teori Perubahan Sosial*. <http://ejurnal.upi.edu/index.php/sosietas/>