

Dinamika Myopia Manajerial dalam Industri Fast Fashion: Dampak dan Strategi Pengendalian Manajemen

Siti Azizah Sairudin^{1*}

(^{1*})Bina Insani University, Indonesia

Alamat: Bina Insani University

Korespondensi penulis: sitiazizahsairudin@gmail.com

Abstract

The phenomenon of managerial myopia has become a serious challenge in management control systems, especially in the competitive and short-term result-oriented fast fashion industry. This study aims to analyze the main causes of myopia, its impact on strategic decision-making, and relevant control strategies to support business sustainability. The method used is a literature review with a qualitative descriptive approach, utilizing academic sources such as journals, articles, books, and related research reports. The analysis was conducted by examining empirical and conceptual findings regarding the causes of myopia, control practices, and mitigation strategies that have been applied in the fast fashion industry as well as other sectors. The results show that managerial myopia is triggered by pressure to achieve short-term targets, rigid organizational structures, and incentive systems that are not aligned with strategic vision. Its impacts include reduced allocation of innovative investments, weakened quality of strategic decisions, increased reputational risks, and hindered digital transformation and sustainability initiatives. Recommended strategies include incentive reform, implementation of the Balanced Scorecard, strengthening governance, and leveraging digital technology. The conclusion of this study emphasizes that improving management control systems is key to balancing short-term and long-term goals. The novelty of this research lies in emphasizing that the fast fashion industry can serve as a critical laboratory for understanding the dynamics of managerial myopia while formulating control strategies that support sustainability.

Keywords: *Balanced Scorecard, Fast Fashion, Sustainability, Managerial Myopia, Management Control System.*

Abstrak

Fenomena myopia manajerial menjadi tantangan serius dalam sistem pengendalian manajemen, terutama pada industri fast fashion yang kompetitif dan berorientasi pada hasil jangka pendek. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penyebab utama myopia, dampaknya terhadap pengambilan keputusan strategis, serta strategi pengendalian yang relevan untuk mendukung keberlanjutan bisnis. Metode yang digunakan adalah tinjauan literatur dengan pendekatan deskriptif kualitatif, yang memanfaatkan sumber akademik berupa jurnal, artikel, buku, dan laporan penelitian terkait. Analisis dilakukan dengan menelaah temuan empiris dan konseptual mengenai faktor penyebab myopia, praktik pengendalian, serta strategi mitigasi yang telah diterapkan pada industri fast fashion maupun sektor lain. Hasil penelitian menunjukkan bahwa myopia manajerial dipicu oleh tekanan pencapaian target jangka pendek, struktur organisasi yang kaku, serta sistem insentif yang tidak selaras dengan visi strategis. Dampaknya meliputi penurunan alokasi investasi inovatif, melemahnya kualitas keputusan strategis, meningkatnya risiko reputasi, serta terhambatnya transformasi digital dan inisiatif keberlanjutan. Strategi yang direkomendasikan mencakup reformasi insentif, penerapan Balanced Scorecard, penguatan tata kelola, serta pemanfaatan teknologi digital. Simpulan penelitian ini menegaskan bahwa perbaikan sistem pengendalian manajemen menjadi kunci untuk menyeimbangkan tujuan jangka pendek dan panjang. Kebaruan penelitian ini terletak pada penekanan bahwa industri fast fashion dapat menjadi laboratorium kritis untuk memahami dinamika myopia manajerial sekaligus merumuskan strategi kontrol yang mendukung keberlanjutan.

Received: August 3, 2025; Revised: September 3, 2025; Accepted: October 3, 2025; Online Available: October 3, 2025; Published: October 3, 2025;

**Corresponding author, sitiazizahsairudin@gmail.com*

Kata Kunci: *Balanced Scorecard, Fast Fashion, Keberlanjutan, Myopia Manajerial, Sistem Pengendalian Manajemen.*

A. LATAR BELAKANG

Persaingan bisnis yang semakin ketat mendorong organisasi untuk menekankan pencapaian hasil keuangan jangka pendek. Tekanan ini melahirkan fenomena yang dikenal sebagai myopia manajerial, yaitu kecenderungan manajer untuk mengambil keputusan yang hanya berfokus pada tujuan jangka pendek dengan mengabaikan visi jangka panjang. Myopia dipahami sebagai short sightedness atau near-sightedness, yakni ketidakmampuan mempertimbangkan aspek strategis masa depan dalam proses pengambilan keputusan (Czakon et al., 2023). Pandangan ini sejalan dengan gagasan Theodore Levitt yang menegaskan bahwa perusahaan yang tidak melakukan riset pasar secara memadai rentan mengalami marketing myopia (Majid et al., 2024).

Dalam kerangka sistem pengendalian manajemen, fenomena tersebut sangat problematis. Sistem pengendalian manajemen mencakup kebijakan, prosedur, dan metode yang dirancang untuk memastikan sumber daya digunakan secara efisien, risiko dapat diidentifikasi serta diatasi, dan tujuan strategis tercapai (Fauzan, 2024). Namun, keberadaan myopia justru mengganggu fungsi ini karena orientasi keputusan lebih condong pada capaian instan daripada investasi jangka panjang, inovasi, dan keberlanjutan. Lebih jauh, penelitian menunjukkan bahwa lingkungan pengendalian perusahaan berpengaruh positif terhadap komponen penilaian risiko, aktivitas pengendalian, serta informasi dan komunikasi, bahkan mendorong peningkatan self-efficacy karyawan (Haryanto, Haryanto, Amelia, 2022). Fakta ini menegaskan bahwa kualitas sistem pengendalian sangat menentukan efektivitas organisasi dalam menghadapi dinamika jangka panjang.

Fenomena myopia manajerial dapat dilihat secara nyata di industri fast fashion. Perusahaan seperti Zara, H&M, dan Uniqlo dikenal dengan siklus produksi cepat untuk merespons tren pasar global. Strategi ini memang efektif dalam meningkatkan profitabilitas jangka pendek, tetapi fokus berlebihan pada hasil instan sering kali menimbulkan pengabaian terhadap inovasi strategis maupun investasi jangka panjang (Nidia et al., 2020). Selain itu, pola konsumsi fast fashion menghasilkan persoalan lingkungan yang serius. Produk-produk yang diproduksi massal sering kali hanya digunakan dalam jangka pendek sebelum akhirnya dibuang. Limbah tekstil yang sulit terurai menjadi konsekuensi langsung dari pola bisnis ini, dan semakin meningkat seiring perubahan tren mode (Leman et al., 2020).

Dengan kondisi tersebut, pertanyaan penelitian yang relevan adalah bagaimana faktor-faktor utama yang memicu terjadinya myopia manajerial dalam sistem pengendalian manajemen, sejauh mana dampaknya terhadap proses pengambilan keputusan strategis dan keberlanjutan bisnis, serta strategi apa yang dapat

diterapkan untuk mengurangi dampak negatifnya. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis secara mendalam penyebab utama myopia manajerial, mengevaluasi dampaknya terhadap efektivitas organisasi, dan merumuskan strategi pengendalian manajerial yang adaptif guna mendukung keberlanjutan bisnis jangka panjang.

Kontribusi penelitian ini bersifat teoritis dan praktis. Dari sisi teoritis, penelitian ini memperluas pemahaman mengenai hubungan antara myopia manajerial dan efektivitas sistem pengendalian manajemen, khususnya dalam konteks industri fast fashion yang sangat dinamis dan kompetitif. Studi ini juga memperkaya literatur dengan membahas integrasi antara pengambilan keputusan jangka pendek dan tujuan strategis jangka panjang. Dari sisi praktis, penelitian ini memberikan rekomendasi konkret bagi perusahaan untuk merancang sistem pengendalian yang tidak hanya terfokus pada kinerja finansial jangka pendek, melainkan juga mendukung keberlanjutan bisnis. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dalam pengambilan keputusan strategis yang lebih seimbang, adaptif, dan berorientasi pada nilai jangka panjang.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan landasan filsafat postpositivisme. Metode ini dipilih karena sesuai untuk mengkaji fenomena secara mendalam dalam kondisi alamiah, dengan peneliti berperan sebagai instrumen kunci. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui triangulasi, sedangkan analisis data bersifat induktif dan menekankan makna daripada generalisasi (Sugiyono, 2019a).

Data yang digunakan adalah data sekunder yang diperoleh dari berbagai sumber akademik, termasuk jurnal ilmiah, buku, artikel, dan laporan penelitian yang relevan dengan topik myopia manajerial dan sistem pengendalian manajemen. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari objek penelitian, sedangkan Sugiyono (2019b) menekankan bahwa data sekunder diperoleh melalui pihak lain atau dokumen pendukung. Dalam penelitian ini, sumber sekunder mencakup dokumen ilmiah dan publikasi akademik (Ahmad et al., 2024).

Proses analisis dilakukan dengan menelaah literatur untuk mengidentifikasi faktor penyebab myopia manajerial, dampaknya terhadap organisasi, serta strategi pengendalian yang dapat diterapkan. Kajian literatur menunjukkan bahwa myopia sering dipicu oleh tekanan terhadap kinerja jangka pendek, keterbatasan pengawasan, dan orientasi pada hasil instan. Kondisi ini mendorong manajer melakukan manajemen laba riil untuk memenuhi target jangka pendek, meskipun berpotensi menurunkan nilai perusahaan di masa depan (Chung et al., 2023). Selain itu, orientasi jangka pendek terbukti menghambat transformasi digital dan dekarbonisasi karena keputusan strategis yang mendukung keberlanjutan sering kali ditunda (Ma et al., 2023).

Analisis juga diarahkan pada strategi mitigasi myopia, termasuk kebijakan insentif berbasis ekuitas, keterlibatan investor institusional hijau, serta penerapan subsidi lingkungan. Strategi ini berpengaruh positif terhadap green total factor

productivity (Li et al., 2024). Dalam konteks industri fast fashion, pendekatan berkelanjutan seperti penggunaan bahan ramah lingkungan, praktik kerja etis, dan inovasi daur ulang juga direkomendasikan untuk memperbaiki model bisnis (Zahira et al., 2023).

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penyebab dan Karakteristik Myopia Manajerial

Myopia manajerial dalam industri *fast fashion* dipicu oleh tekanan insentif jangka pendek, seperti bonus berbasis kuartalan, yang membuat manajer lebih fokus pada target penjualan sesaat daripada investasi inovasi berkelanjutan (Liu, 2022; Smita Pathak et al., 2024). Tekanan dari pemegang saham juga memperkuat budaya *short-termism* karena perusahaan publik dituntut untuk menunjukkan pertumbuhan konsisten setiap kuartalnya (Jiang, 2022). Persaingan pasar yang semakin intensif memaksa perusahaan menekan biaya dan mempercepat distribusi, meskipun hal ini sering mengorbankan strategi jangka panjang (Rizaldy et al., 2023). Struktur organisasi turut menentukan, di mana Zara dengan sistem desentralisasi lebih adaptif, sedangkan H&M dan Benetton cenderung birokratis sehingga lambat merespons dinamika pasar (Bafna, 2024). Gaya kepemimpinan yang berbeda juga memengaruhi governans perusahaan, sehingga dapat memperkuat atau justru melemahkan efektivitas pengendalian manajerial (Koeswayo et al., 2024). Lebih jauh, gaya kepemimpinan berfungsi sebagai faktor moderasi dalam pengaruh tata kelola perusahaan serta dampaknya terhadap reputasi korporasi (Haryanto et al., 2023).

Selain faktor struktural, dimensi budaya perusahaan juga berperan penting. Lingkungan pengendalian yang kuat berpengaruh positif terhadap penilaian risiko, aktivitas pengendalian, informasi, serta komunikasi, sekaligus meningkatkan self-efficacy karyawan (Haryanto & Amelia, 2022). Budaya kerja yang berpusat pada karyawan, dengan mendorong pemberdayaan dan rasa memiliki, terbukti penting untuk mendukung keberhasilan bisnis jangka panjang (Haryanto, Setiawan, et al., 2024). Dengan demikian, myopia manajerial muncul bukan hanya akibat tekanan eksternal, melainkan juga lemahnya orientasi internal terhadap pemberdayaan sumber daya manusia.

Dampak Strategis terhadap Keberlanjutan dan Daya Saing

Orientasi jangka pendek berimplikasi langsung pada pengambilan keputusan strategis. Tekanan untuk mempertahankan keuntungan mendorong manajer menunda investasi ber-net present value positif, fenomena yang dikenal sebagai investment myopia (Merchant et al., 2017). H&M mengandalkan produksi massal berbiaya rendah sehingga harga menjadi kompetitif, tetapi persepsi kualitas produk menurun. Sebaliknya, Zara mampu menjaga keseimbangan antara efisiensi biaya dan kualitas melalui rantai pasok terintegrasi (Xie et al., 2023). Myopia juga menghambat transformasi digital dan dekarbonisasi karena keputusan strategis yang mendukung keberlanjutan sering kali ditunda (Ma et al., 2023).

Pada level operasional, lemahnya mekanisme verifikasi keberlanjutan, minimnya pengawasan terhadap pemasok di negara dengan regulasi longgar, serta rendahnya alokasi dana lingkungan memperburuk risiko reputasi dan kepatuhan (Wren, 2022). Tantangan semakin kompleks di era globalisasi ketika koordinasi rantai pasok harus dilakukan lintas negara, sementara tekanan tanggung jawab sosial dan lingkungan terus meningkat (Li, 2025). Dalam kondisi ini, pengendalian internal berfungsi penting untuk menciptakan

efisiensi biaya melalui pengelolaan persediaan, pemanfaatan teknologi untuk pemantauan distribusi real-time, dan pengawasan anggaran transportasi (Haryanto et al., 2024). Selanjutnya, penerapan strategi manajemen risiko yang terintegrasi menjadi pilar penting bagi setiap perusahaan untuk memastikan keberhasilan bisnis yang berkelanjutan (Setiawan et al., 2024).

Strategi Mitigasi dan Studi Kasus Keberhasilan

Untuk mengatasi myopia, organisasi perlu melakukan reformasi sistem insentif agar seimbang antara kepentingan jangka pendek dan jangka panjang. Reformasi ini membantu mencegah distorsi perilaku manajerial sekaligus menciptakan nilai berkelanjutan (Mohandaraj et al., 2023; Quesado et al., 2022). Balanced Scorecard menjadi instrumen strategis yang relevan karena mengintegrasikan indikator keuangan, pelanggan, proses internal, serta pembelajaran dan pertumbuhan, sehingga strategi perusahaan lebih terarah dan responsif (Quesado et al., 2022). Tata kelola perusahaan juga harus diperkuat agar pengendalian manajerial tidak sekadar prosedural, melainkan mendorong inovasi berkelanjutan (Mohandaraj et al., 2023). Pemanfaatan teknologi seperti Big Data Analytics dan Artificial Intelligence memperkuat kemampuan prediksi tren serta pengambilan keputusan berbasis data, sekaligus mengurangi pemborosan (Faisal, 2025).

Sejumlah contoh praktik menunjukkan keberhasilan strategi mitigasi ini. Catalytic Solutions, Inc. mengembangkan insentif berbasis inovasi dan keberlanjutan sehingga fokus manajer tidak hanya pada hasil instan. Dortmund-Koppel GmbH menyusun insentif lima tahunan yang terhubung dengan strategi jangka panjang, sedangkan Johansen dari industri jasa keuangan merevolusi sistem pengukuran kinerja dengan analitik digital untuk menjaga kualitas layanan pelanggan (Merchant et al., 2017). Keberhasilan lintas sektor ini menegaskan bahwa kombinasi insentif jangka panjang, tata kelola adaptif, dan pemanfaatan teknologi dapat memperkuat daya saing dan keberlanjutan. Selain itu, pengembangan keahlian teknis, soft skills, serta kompetensi teknologi dalam bidang akuntansi terbukti menjadi fondasi penting bagi sistem pengendalian yang efektif (Setiawan et al., 2023).

Implikasi Teoritis dan Praktis

Secara teoritis, penelitian ini memperluas pemahaman tentang bagaimana tekanan jangka pendek dapat mengganggu efektivitas sistem pengendalian manajemen dan melemahkan keberlanjutan organisasi. Hasil kajian ini menegaskan bahwa hubungan antara budaya organisasi, tata kelola, serta pengendalian internal harus dipandang sebagai satu kesatuan yang menentukan arah strategi jangka panjang.

Dari sisi praktis, temuan ini memberikan arahan bagi perusahaan untuk menyeimbangkan strategi jangka pendek dan panjang melalui reformasi insentif, penerapan Balanced Scorecard, pemanfaatan teknologi digital, dan penguatan tata kelola. Perusahaan juga perlu membangun budaya kerja yang memberdayakan karyawan, meningkatkan komunikasi internal, serta memperkuat kesadaran risiko agar proses pengambilan keputusan lebih seimbang dan adaptif. Pendekatan tersebut dapat membantu organisasi fast fashion dan sektor lainnya menjadi lebih tangguh, efisien, serta berdaya saing di tengah dinamika industri global.

D. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa myopia manajerial dalam sistem pengendalian manajemen terutama disebabkan oleh tekanan pencapaian target keuangan jangka pendek, insentif yang tidak selaras dengan visi strategis, serta budaya organisasi yang terlalu

menekankan hasil instan. Dalam konteks industri fast fashion, fenomena ini tercermin pada fokus berlebihan terhadap kecepatan produksi dan tren pasar, sehingga mengorbankan investasi dalam inovasi berkelanjutan, riset dan pengembangan, serta praktik ramah lingkungan. Dampak dari kondisi tersebut meliputi menurunnya kualitas pengambilan keputusan strategis, melemahnya daya saing jangka panjang, serta meningkatnya risiko reputasi dan keberlanjutan.

Kontribusi utama penelitian ini adalah memperluas pemahaman teoritis mengenai hubungan antara myopia manajerial, sistem pengendalian manajemen, dan keberlanjutan organisasi. Studi ini menawarkan kebaruan dengan menyoroti dinamika fast fashion sebagai contoh nyata di mana orientasi jangka pendek dapat melemahkan upaya keberlanjutan dan transformasi digital. Secara praktis, penelitian ini memberikan rekomendasi tentang pentingnya reformasi sistem insentif, penggunaan Balanced Scorecard, penguatan tata kelola perusahaan, serta pemanfaatan teknologi digital dalam membangun model bisnis yang tangguh dan berorientasi jangka panjang.

Keterbatasan penelitian ini terletak pada pendekatannya yang berbasis literatur sekunder tanpa verifikasi empiris langsung, sehingga generalisasi hasil masih terbatas. Selain itu, ruang lingkup kajian yang berfokus pada industri fast fashion menyebabkan temuan mungkin belum sepenuhnya merepresentasikan dinamika sektor lain yang memiliki karakteristik berbeda. Hal ini menunjukkan perlunya kehati-hatian dalam menarik kesimpulan universal dari studi ini.

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan pendekatan komparatif lintas industri agar dapat mengidentifikasi faktor-faktor keberhasilan mitigasi myopia dalam konteks yang lebih luas. Penelitian empiris dengan data primer juga diperlukan untuk menguji efektivitas strategi seperti desentralisasi keputusan, integrasi perencanaan strategis-operasional, serta insentif berbasis jangka panjang dalam mengurangi perilaku myopia. Dengan demikian, penelitian di masa mendatang dapat memberikan kontribusi yang lebih komprehensif dalam merancang sistem pengendalian manajemen yang adaptif, berkelanjutan, dan berorientasi pada nilai strategis jangka panjang.

DAFTAR REFERENSI

- Ahmad, Fachrurrazy, M., Hartati, S. Y., Amalia, M., Fauzi, E., Gaol, L. S., Siliwadi, N. D., & Takdir. (2024). *Buku Ajar Metode Penelitian dan Penulisan Hukum*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- AR, Muhammad Misbahudholam, Asmoni Asmoni, Kurratul Aini, and Moh Wardi. "The Relationship of the 5th Batch Campus Teaching Program to Literacy and Numeracy Skills in Elementary Schools." *Al-Ishlah: Jurnal Pendidikan* 16, no. 2 (2024): 1999-2011.
- Bafna, A. (2024). *From Design to Distribution, Supply Chain Insights from Fast Fashion Brands H&M, Benetton, and Zara*. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.31712.49928>
- Chung, B. H., Collins, D. W., & Song, J. Z. (2023). Managerial Myopia and The Unintended Real Consequences of Conditional Conservatism. *Journal of Business Finance and Accounting*, 50(5–6), 1060–1097. <https://doi.org/10.1111/jbfa.12675>
- Czakon, W., Klimas, P., Kawa, A., & Kraus, S. (2023). How myopic are managers? Development and validation of a multidimensional strategic myopia scale. *Journal of Business Research*, 157, 113573.
- Faisal, M. H. (2025). AI-Powered Business Management: Advancing Lean Manufacturing and Sustainable Innovation in the U.S. Fashion Industry. *Innovatech Engineering Journal*, 2(01), 1–11. <https://doi.org/10.70937/itej.v2i01.48>
- Fauzan. (2024). *Sistem Pengendalian Manajemen*. Indogo Media.
- Haryanto, Haryanto, Amelia, S. (2022). Pengaruh Pengendalian Intern dan Self-Efficacy terhadap Kinerja pada Masa Bekerja secara Online. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan Vol, 10(1)*. <https://doi.org/10.17509/jrak.v10i1.34184>
- Haryanto, H., Hapsari, D. W., & Hidayah, N. (2024). Unlocking the Power of Internal Control: How It Lowers Risk and Slashes Logistics Costs in Retail. *Jurnal Orientasi Bisnis Dan Entrepreneurship*, 5(2), 133–149. <https://doi.org/10.33476/jobs.v5i2.4819>
- Haryanto, H., Setiawan, A., & Daryanto, W. M. (2024). Does board structure influence employee retention?: A systematic literature review. *Human Resources Management and Services*, 6(2). <https://doi.org/10.18282/hrms.v6i2.3408>
- Haryanto, H., Suharman, H., Koeswayo, P. S., & Umar, H. (2023). Employee engagement in logistics industry: a perspective in Indonesia. *Acta Logistica (AL)*, 10(3). <https://doi.org/10.22306/al.v10i3.419>
- Jiang, B. (2022). How Consumers' Response on CSR Affects Brand Competitiveness in the Fast Fashion Industry-Case Study of Zara (Inditex) and H&M. *Academic Journal of Business & Management*, 4(1). <https://doi.org/10.25236/ajbm.2022.040117>
- Koeswayo, P. S., Haryanto, H., & Handoyo, S. (2024). The Impact of Corporate Governance, Internal Control and Corporate Reputation on Employee Engagement: A Moderating Role of Leadership Style. *Cogent Business & Management*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2296698>
- Leman, F. M., Soelityowati, & Purnomo, J. (2020). *Dampak Fast Fashion Terhadap Lingkungan*.
- Li, J. (2025). *The Impact of Business Model Disruption on Fast Fashion Industry Chain Management in the Context of Globalization*. <https://doi.org/10.54254/2754-1169/167/2025.21160>
- Li, N., Li, R., & Yu, S. (2024). Managerial Myopia and Enterprise Green Total Factor

- Productivity: Perspectives on the Supervisory Effect and Incentive Effect. *Sustainability (Switzerland)*, 16(16). <https://doi.org/10.3390/su16167144>
- Liu, X. (2022). Managerial Myopia and Firm Green Innovation: Based on Text Analysis and Machine Learning. *Frontiers in Psychology*, 13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.911335>
- Ma, Y., & Tao, P. (2023). A Perspective on Management Myopia: The Impact of Digital Transformation on Carbon Emission Intensity. *Sustainability (Switzerland)*, 15(12). <https://doi.org/10.3390/su15129417>
- Majid, M., & Rizaldi, H. (2024). *Manajemen Pemasaran*. NEM.
- Merchant, K. A., & Van der Stede, W. A. (2017). *Management Control System: Performance Measurement, Evaluation, and Incentives* (4th ed). Pearson.
- Mohanaraj, R., Dissanayake, H., Iddagoda, A., & Mendis, O. (2023). Development of Sustainability Balanced Scorecard: A Case Study from Apparel Industry Sri Lanka. *HOLISTICA – Journal of Business and Public Administration*, 14(1), 22–38. <https://doi.org/10.2478/hjbpa-2023-0003>
- Nidia, C., & Suhartini, R. (2020). *Dampak Fast Fashion dan Peran Desainer dalam Menciptakan Sustainable Fashion* (Vol. 09).
- Quesado, P., Marques, S., Silva, R., & Ribeiro, A. (2022). The Balanced Scorecard as a Strategic Management Tool in the Textile Sector. *Administrative Sciences*, 12(1). <https://doi.org/10.3390/admsci12010038>
- Rizaldy, A., & Supiansyah. (2023). Recognize The Fierce Competition in The Fast Fashion Industry. *International Research Journal of Business Studies*, 16.
- Setiawan, A., Djajadikerta, H., Wirawan, S., Faninda, S., & Haryanto, H. (2023). The Consequences of Work from Home Policy on the Productivity of Indonesian Accountants During the COVID-19 Outbreak. *Management*, 11(5), 223–233. <https://doi.org/10.11648/j.ijefm.20231105.12>
- Setiawan, A., & Haryanto, H. (2024). Exploring the perspective of Generation Z on personal risk management. *Journal of Economics and Business (JECOMBI)*, 4(02), 60–73.
- Smita Pathak, P., & Hegde, M. G. (2024). *FAST FASHION AND SUSTAINABILITY: A PARADOXICAL RELATIONSHIP*.
- Sugiyono. (2019a). *Metodologi Penelitian Kualitatif Kuantitatif Dan R&D*. Cv. Alfabeta.
- Sugiyono, S. (2019b). *Metodologi Penelitian Kualitatif Kuantitatif Dan R&D*. Bandung: Cv. Alfabeta.
- Wren, B. (2022). Sustainable supply chain management in the fast fashion Industry: A comparative study of current efforts and best practices to address the climate crisis. *Cleaner Logistics and Supply Chain*, 4. <https://doi.org/10.1016/j.clscn.2022.100032>
- Xie, Y., & Yang, Q. (2023). Comparative Analysis of Marketing Strategies of Fast Fashion Brands ZARA and H&M. In *BCP Business & Management IMIM* (Vol. 2022).
- Zahira, M. S., Alfakihuddin, M. L., Anwari, J. A., Hadi, J. M., Kuntadi, S. C., Lim, J., & Kholik, F. N. (2023). How Fast Fashion Lowers Production Cost But Increases

Environmental Cost. In *JOURNAL OF MULTIDISCIPLINARY ISSUES* Journal Website:
www.jmis.site *J. Multidisc. Issues* (Vol. 3, Issue 1).