



Landskap Fesyen Malaysia 2025: Digital, Budaya & Sustainability

SEPINTAS LALU

- **Event:** Malaysia Fashion Market 2025 - \$5.24B E-Commerce & Social Boom
- **Industri Berkaitan:** Fashion, E-Commerce, Retail
- **Potensi Impak:**
 - Pasaran fesyen Malaysia mencecah US \$5.24 bilion pada 2025, dengan hampir 97.4% rakyat Malaysia mempunyai akses internet dan 83% aktif di media sosial.
 - Hampir 1/5 daripada keseluruhan perbelanjaan e-commerce negara adalah untuk fesyen.
 - Trend utama: TikTok Shop & Shopee Live, pertumbuhan modest wear, serta minat Gen Z terhadap pakaian terpakai dan thrift market.

OBJEKTIF

- Menilai potensi pertumbuhan pasaran fesyen Malaysia bagi tempoh 2025–2029.
- Mengenal pasti trend utama seperti modest wear, thrift market, dan social commerce.
- Menganalisis segmen pengguna mengikut generasi dan gaya hidup.
- Mencadangkan strategi agar jenama mampu bersaing dalam landskap fesyen digital & hibrid.

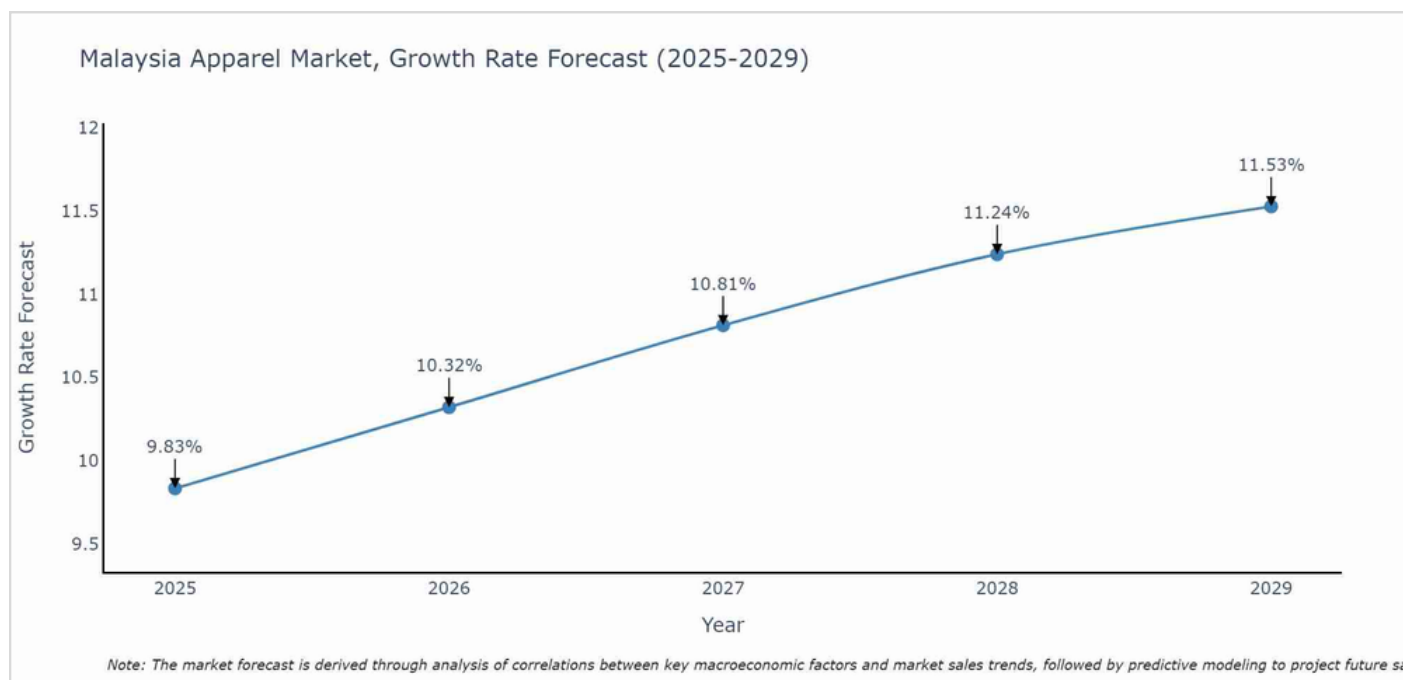
RUMUSAN

Pasaran fesyen Malaysia dijangka mencecah USD \$5.24 bilion pada 2025, dipacu oleh pertumbuhan pesat e-commerce, social commerce, serta peningkatan minat terhadap fesyen modest wear dan thrift market.. Dengan 97.4% rakyat Malaysia mempunyai akses internet dan 83% aktif di media sosial, fesyen kini menyumbang hampir 20% daripada keseluruhan perbelanjaan e-commerce negara.

Generasi muda, khususnya Gen Z thrift-savvy, bersama lonjakan Shopee Live & TikTok Shop, sedang mengubah landskap runcit daripada sekadar pembelian digital kepada pengalaman digital-fizikal (phygital). Trend sustainability, resale, dan omnichannel retail semakin dominan, menjadikan 2025 tahun penting bagi SME fesyen untuk menyesuaikan strategi agar kekal relevan dan berdaya saing.

Kadar Pertumbuhan Saiz Pasaran Pakaian Malaysia

Pasaran Pakaian Malaysia dijangka mencatat peningkatan kadar pertumbuhan yang stabil dari tahun 2025 hingga 2029. Bermula pada **9.83% pada 2025**, kadar pertumbuhan ini meningkat secara berterusan sehingga mencapai **11.53% pada 2029**.



Sumber: 6Wresearch

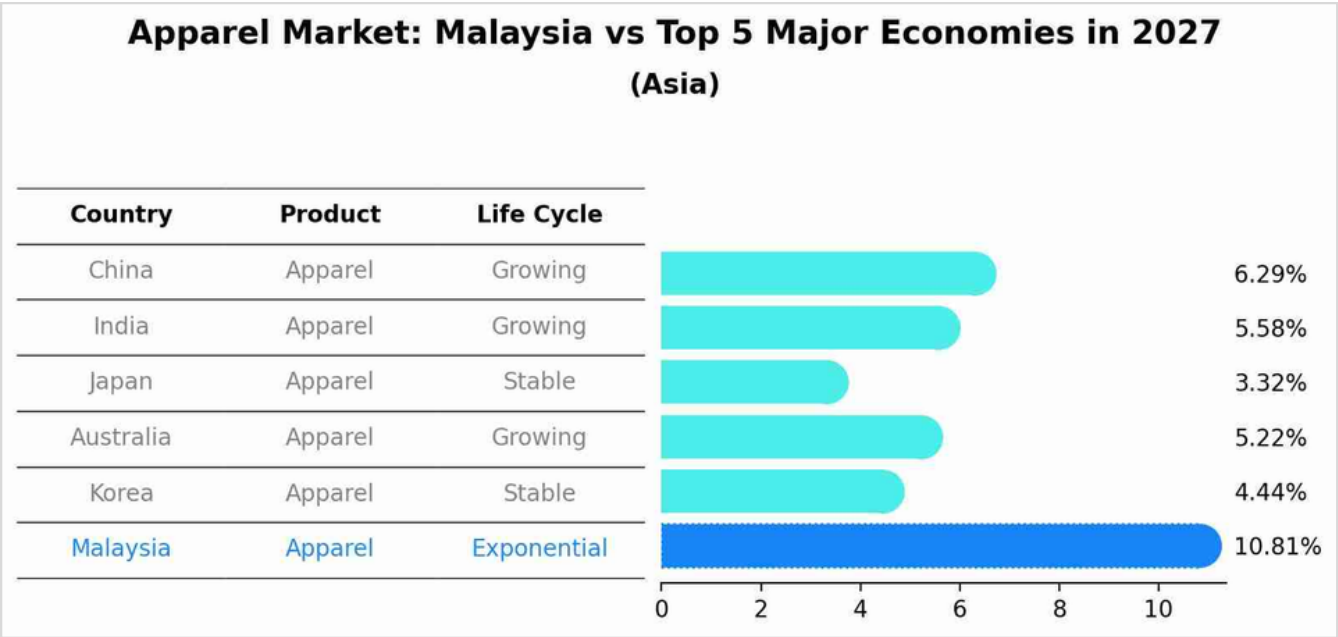
Pasaran Pakaian Malaysia sedang mencatat pertumbuhan kukuh, didorong oleh peningkatan permintaan terhadap **sustainable** dan **personalized fashion**, seiring dengan peningkatan berterusan dalam pendapatan boleh guna (*disposable income*) dalam kalangan pengguna. Pertumbuhan ini dijangka berterusan pada kadar CAGR sebanyak 11.53% sepanjang tempoh ramalan 2025–2029, terutamanya dipacu oleh peningkatan kuasa beli kelas pertengahan yang mendorong permintaan terhadap pakaian bergaya dan premium.

Transformasi digital, termasuk penggunaan AI dan analitik data untuk meramal trend serta memahami tingkah laku pengguna, turut memperkukuh prestasi pasaran. Pada masa yang sama, peluasan platform e-commerce telah meningkatkan akses pengguna di seluruh negara kepada pelbagai pilihan pakaian, menawarkan kemudahan kepada pembeli di kawasan bandar mahupun luar bandar.

Kesedaran yang semakin tinggi terhadap isu alam sekitar juga merangsang minat terhadap pilihan fesyen mesra alam.

Pasaran Pakaian: Malaysia vs 5 Ekonomi Utama Asia pada 2027

Di rantau Asia, pasaran pakaian di Malaysia dijangka berkembang pada kadar pertumbuhan tinggi iaitu 10.81% menjelang 2027. Ekonomi terbesar dalam sektor ini ialah China, diikuti oleh India, Jepun, Australia, dan Korea Selatan.



Sumber: 6Wresearch

Cabaran Pasaran Pakaian Malaysia

Pasaran Pakaian Malaysia berdepan pelbagai cabaran, antaranya persaingan sengit daripada jenama global yang sering menenggelamkan peruncit tempatan. Sensitiviti harga pengguna, khususnya di kawasan luar bandar, turut mengehadkan potensi pertumbuhan pakaian premium dan mewah.

Selain itu, gangguan berterusan dalam rantaian bekalan akibat ketidaktentuan ekonomi global boleh menjejaskan tahap inventori dan harga. Permintaan yang semakin meningkat terhadap fesyen lestari juga memerlukan pelaburan besar dalam amalan mesra alam, yang mungkin membebankan perniagaan kecil. Mengatasi cabaran ini memerlukan perancangan strategik, inovasi, serta keupayaan adaptasi yang lebih tinggi dalam industri.

Trend Pasaran Pakaian Malaysia

Industri pakaian di Malaysia kini menunjukkan beberapa trend ketara, termasuk peralihan yang semakin meningkat ke arah fesyen yang **sustainable** dan **eco-friendly**. Jenama semakin menekankan sumber yang **ethical** dan memperkenalkan bahan **biodegradable** bagi memenuhi minat pengguna terhadap tanggungjawab terhadap alam sekitar. Populariti pakaian **athleisure** juga meningkat, didorong oleh gaya hidup aktif dan kesedaran kesihatan yang lebih tinggi.

Selain itu, *omnichannel retailing* yang menggabungkan pengalaman membeli-belah di kedai dan dalam talian sedang mengubah cara penglibatan pengguna, menawarkan kemudahan yang lebih baik serta pengalaman membeli-belah yang diperibadikan. Trend-trend ini mencerminkan evolusi pasaran ke arah inovasi, kelestarian, dan strategi yang berfokus kepada pelanggan.



Pasaran Fesyen Malaysia 2025: Gabungan Digital Commerce & Gaya Budaya

Pasaran fesyen Malaysia dijangka mencapai **\$5.24 bilion pada 2025**, dengan **97.4% penembusan dalam talian**. Trend terkini termasuk perkembangan **TikTok Shop**, peningkatan minat terhadap **pakaian sopan/modest wear**, serta **tingkah laku membeli-belah Generasi Z** yang semakin mempengaruhi pasaran.

Digital Commerce Bertemu Gaya Budaya 2025

Pasaran fesyen Malaysia sedang berkembang pesat hasil gabungan *hyper-digital commerce*, *multicultural style*, dan *sustainability trend* yang semakin mendapat perhatian. Dengan **97.4% rakyat Malaysia menggunakan internet** dan **83% aktif di media sosial**, fesyen kini merangkumi hampir satu perlima daripada perbelanjaan e-commerce negara. Nilai pasaran dijangka mencecah USD 5.24 bilion pada tahun 2025, dengan pertumbuhan sekitar **5–6% CAGR sehingga 2029**.

Trend seperti **live-stream flash sales di Shopee dan TikTok Shop**, peningkatan **permintaan modest wear**, serta **generasi muda Gen Z** yang gemar membeli-belah secara thrift-savvy, sedang mengubah trend peruncitan.

Tinjauan Pasaran

- **E-commerce weight:** Fesyen dijangka mencecah US\$5.24 bilion dalam GMV dan merangkumi 19.2% daripada jumlah jualan runcit online Malaysia menjelang 2025.
- **Growth engine:** Sektor ini dijangka berkembang kepada USD 6.51 bilion menjelang 2029, dengan kadar pertumbuhan tahunan (CAGR) 5.6%.
- **Always-online shoppers:** Kadar penembusan internet kini berada pada 97.4%, bersamaan 33.6 juta pengguna pada awal 2024.
- **Monthly run-rate:** Industri fesyen sahaja menjana US\$421 juta pada April 2025.
- **Social commerce:** Jualan melalui platform sosial dijangka mencecah US\$1.36 bilion pada 2025, meningkat 21.8% YoY.
- **Cross-border pull:** Penjual luar negara kini menguasai 40% daripada tempahan online di Malaysia.

Lonjakan Musim Puncak

Sepanjang **Ramadan-Raya 2025**, sembilan daripada sepuluh penjual di Shopee mencatatkan pertumbuhan dua angka, dipacu oleh live commerce dan tawaran produk edisi terhad.

Di TikTok Shop, pengguna Malaysia membelanjakan sebanyak RM12.07 bilion (USD 2.7 bilion) pada tahun 2024, menjadikan Malaysia berada di tangga keenam tertinggi dunia dari segi perbelanjaan di platform tersebut.



Segmentasi Pengguna & Pendorong Fesyen

Gen Z (18-29) – Thrift-core Meets Street-tech

- Fokus kepada **sustainability** dan kesedaran harga mendorong Gen Z membeli di **bundle stores** serta platform seperti **Carousell**; kajian mendapati **niat membeli barangan terpakai adalah paling tinggi** dalam kalangan Gen Z Malaysia.
- **TikTok-native discovery**: Seramai 28.68 juta rakyat Malaysia menggunakan TikTok, yang bakal beroperasi sepenuhnya di bawah **Social Media Act** baharu.
- Label streetwear seperti Pestle & Mortar menggunakan strategi collabs dan drop culture untuk kekal relevan.

Millennials (30-44) – Quality, Convenience, Omnichannel

- Kajian **Zalora TRENDER** menunjukkan pengguna Asia Tenggara cenderung memilih pengalaman hibrid: **"browse offline, buy online"**; Malaysia merekodkan tahap tertinggi di rantau ini bagi tingkah laku **showrooming-webrooming**.
- Perkhidmatan sewa pakaian online (contoh: **We Rent Fashion**) memenuhi permintaan Millennial untuk kepelbagaian gaya tanpa perlu memiliki pakaian.

Gen X & Boomers – Premium and Resale

- Minat terhadap barangan mewah kekal tinggi, namun semakin beralih kepada **authenticated resale** dan tawaran **duty-free bargains**. Menurut Shopify, pasaran mewah di rantau APAC dijangka terus berkembang sehingga mencecah **USD 91 bilion secara online menjelang 2025**.

Momentum Circular Malaysia Seiring Kebimbangan Alam Sekitar

- **Textile recycling**: Inisiatif **Kloth Circularity** menyalurkan sisa fabrik ke loji pemprosesan **Life Line Clothing**, sambil menggalakkan lebih banyak **drop-off points** untuk orang ramai.
- **Kerangka kerajaan**: **Green Technology Master Plan 2017-2030** menjadi panduan kepada pengeluaran rendah karbon, termasuk dalam **fashion supply chains**.
- **Thrift boom**: Kedai bundle semakin banyak di Selangor; jual beli semula pakaian mampu memanjangkan hayat pakaian purata 2.2 tahun dan mengurangkan jejak karbon sehingga **73%**.
- **Data Carousell 2024**: Malaysia mendahului Asia Tenggara dalam jual beli **fesyen terpakai lelaki**, dengan lonjakan transaksi sekitar musim perayaan.

Revolusi Digital & Social Commerce

Channel	2024-25 Highlights	Kenapa Penting
Shopee Live	Personalised chat dan live demos meningkatkan kadar checkout conversion untuk jenama seperti KM Fashion Centre	Mendorong impulse buys ketika musim perayaan
TikTok Shop	GMV RM12 billion pada 2024	Penemuan melalui short-video → instant purchase
Instagram & X	Post influencer + checkout tags	Tingkatkan credibility untuk jenama premium & micro-brands
WhatsApp	Katalog opt-in dari POPLOOK & butik tempatan	Galak re-orders & bina loyalty

Sumber: Shopperboard.com

Influencer Content Kekal Sebagai Sumber Kepercayaan Utama

Menurut 2024 SEA Influencer Marketing Report, kategori fesyen & gaya hidup adalah segmen yang paling cepat berkembang di Malaysia, dalam pasaran yang dijangka melepasi US\$150 juta menjelang 2026. Bagi memaksimumkan capaian, semakin banyak jenama memilih untuk bekerjasama dengan agensi influencer marketing khusus bagi menguruskan landskap yang kompleks ini dengan lebih berkesan.

Luxury, Quiet Luxury & Streetwear

- Quiet-luxury drops oleh pereka Malaysia (contoh: Nurita Harith di KLFW 2024) wujud seiring dengan jenama hype global.
- Kedai multibrand di Pavilion dan The Exchange menggunakan omnichannel seperti RFID smart mirrors dan AI size-match, selari dengan Vogue Business untuk prestige retail berasaskan pengalaman.

Fizikal Retail Semakin Menaik

Walaupun e-commerce mendominasi, pusat beli-belah terus berinovasi:

- Pop-up store dan kafé berkonsep pengalaman menarik pengunjung ala Orchard Road di TRX Exchange Kuala Lumpur
- Konsep shop-in-shop membolehkan jenama online (contoh: Shein Malaysia – jualan 2024 bernilai USD 46 juta) menguji interaksi secara offline.

Peluang Strategik



1. **Manfaatkan social commerce** – gunakan TikTok Shop, Shopee Live & Instagram checkout untuk tingkatan capaian pelanggan.
2. **Segmentasi generasi** – tawarkan produk berbeza untuk Gen Z (thrift & streetwear), Millennials (omnichannel), dan Gen X/Boomers (premium & resale).
3. **Sustainability sebagai nilai tambah** – tonjolkan bahan mesra alam, resale & recycling untuk tarik pengguna yang eco-conscious.
4. **Fizikal + digital (phygital)** – guna pop-up store, shop-in-shop & omnichannel tools untuk bina pengalaman pelanggan menyeluruh.
5. **Kolaborasi dengan influencer & KOL** – perkukuh jenama melalui credibility dan engagement influencer tempatan.