

TUGAS AKHIR
PERANCANGAN BISNIS APLIKASI TUKAR PAKAIAN
ONLINE “SWAPEASE”



Disusun oleh:

Muhammad Najib Izzulhaq

NIM. 21106050054

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PROGRAM STUDI INFORMATIKA
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
2025



PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-480/Un.02/DST/PP.00.9/03/2025

Tugas Akhir dengan judul : PERANCANGAN BISNIS APLIKASI TUKAR PAKAIAN ONLINE [SWAPEASE]

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : MUHAMMAD NAJIB IZZULHAQ
Nomor Induk Mahasiswa : 21106050054
Telah diujikan pada : Jumat, 07 Maret 2025
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Sains dan Teknologi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Dr. Ir. Aulia Faqih Rifa'i, M.Kom.

SIGNED

Valid ID: 67cfd471ea47c



Penguji I

Muhammad Mustakim, S.T. M.T.

SIGNED

Valid ID: 67d3d783b8540



Penguji II

Nia Maharani Raharja, M.Eng.

SIGNED

Valid ID: 67d7af4543a62



Yogyakarta, 07 Maret 2025

UIN Sunan Kalijaga

Dekan Fakultas Sains dan Teknologi

Prof. Dr. Dra. Hj. Khurul Wardati, M.Si.

SIGNED

Valid ID: 67d8db8f6f29c

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Najib Izzulhaq

NIM : 21106050054

Program Studi : Informatika

Fakultas : Sains dan Teknologi

Menyatakan bahwa tugas akhir saya yang berjudul " PERANCANGAN BISNIS APLIKASI TUKAR PAKAIAN ONLINE "SWAPEASE"" merupakan hasil perencanaan bisnis saya sendiri, tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan bukan plagiasi karya orang lain kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Program Studi Informatika pada Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.

Yogyakarta, 28 Februari 2025

Yang membuat pernyataan,



Muhammad Najib Izzulhaq

21106050054



SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal: Skripsi Saudara Muhammad Najib Izzulhaq

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Sains dan Teknologi
UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, mengoreksi, serta menyarankan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Muhammad Najib Izzulhaq
NIM : 21106050054
Judul : Perancangan Bisnis Aplikasi Tukar Pakaian Online
"SwapEase"

Sudah dapat diajukan kepada Prodi Informatika Fakultas Sains dan Teknologi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Informatika.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi atau tugas akhir saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 28 Februari 2025 M
29 Sya'ban 1446 H

Pembimbing

Dr. Ir. Aulia Faqih Rifa'i, M.Kom.
19860306 201101 1 009

LEMBAR PEDOMAN PENGGUNAAN TUGAS AKHIR

Tugas akhir ini tidak dipublikasikan, tetapi tersedia di perpustakaan dalam lingkungan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, diperkenankan dipakai sebagai referensi kepustakaan, tetapi pengutipan harus seizin penyusun, dan harus menyebutkan sumbernya sesuai dengan kebiasaan ilmiah. Dokumen Tugas Akhir ini merupakan hak milik UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.



PERANCANGAN BISNIS APLIKASI TUKAR PAKAIAN *ONLINE*
“SWAPEASE”

Muhammad Najib Izzulhaq

21106050054

ABSTRAK

Industri fesyen menjadi salah satu penyumbang terbesar limbah tekstil di dunia, dengan produksi *fast fashion* yang terus meningkat dan berdampak negatif terhadap lingkungan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk merancang model bisnis *SwapEase*, sebuah platform digital yang memfasilitasi pertukaran pakaian untuk mengurangi limbah tekstil dan meningkatkan adopsi *circular fashion*. Selain itu, ekstensi dari *SwapEase*, yaitu *Patch U.*, berfokus pada *upcycling* pakaian bekas menjadi produk *patchwork* yang bernilai tinggi.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini mencakup analisis pasar, evaluasi kompetitor, serta perencanaan bisnis berdasarkan aspek keuangan, pemasaran, dan strategi operasional. Hasil analisis menunjukkan bahwa *SwapEase* memiliki potensi pertumbuhan yang tinggi, terutama di kalangan mahasiswa dan generasi muda yang memiliki kepedulian terhadap fesyen berkelanjutan. Model bisnis yang diterapkan juga menawarkan nilai tambah melalui fitur seperti *AI Stylist*, sistem *token* untuk transaksi, serta program komunitas untuk edukasi dan *gamifikasi*.

Dari segi kelayakan bisnis, *SwapEase* menunjukkan prospek yang positif dengan pertumbuhan pendapatan yang stabil dan strategi efisiensi biaya yang diterapkan. Analisis titik impas mengindikasikan bahwa bisnis ini dapat mencapai keuntungan dalam beberapa tahun operasional. Dengan demikian, penelitian ini menyimpulkan bahwa *SwapEase* merupakan solusi inovatif dalam mengatasi permasalahan limbah fesyen dan memiliki peluang besar untuk dikembangkan lebih lanjut dalam industri fesyen sirkular di Indonesia.

Kata kunci: *circular fashion*, tukar pakaian digital, *upcycling*, *SwapEase*, *Patch U.*

BUSINESS DESIGN OF AN ONLINE CLOTHING SWAP APPLICATION “SWAPEASE”

Muhammad Najib Izzulhaq

21106050054

ABSTRACT

The fashion industry is one of the largest contributors to textile waste worldwide, with the continuous rise of fast fashion production negatively impacting the environment. Therefore, this study aims to design a business model for *SwapEase*, a digital platform that facilitates clothing exchanges to reduce textile waste and promote the adoption of circular fashion. Additionally, *Patch U.*, an extension of *SwapEase*, focuses on upcycling used clothing into high-value patchwork products.

The research methodology includes market analysis, competitor evaluation, and business planning based on financial, marketing, and operational strategies. The analysis results indicate that *SwapEase* has significant growth potential, particularly among students and young adults who are increasingly aware of sustainable fashion. The implemented business model also offers added value through features such as AI Stylist, a token-based transaction system, and community programs for education and gamification.

In terms of business feasibility, *SwapEase* demonstrates a positive outlook with stable revenue growth and effective cost management strategies. The break-even point analysis suggests that this business can achieve profitability within a few operational years. Thus, this study concludes that *SwapEase* is an innovative solution to address the issue of fashion waste and has great potential for further development in the circular fashion industry in Indonesia.

Keywords: circular fashion, digital clothing exchange, upcycling, *SwapEase*, *Patch U.*

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah Swt. atas limpahan nikmat ilmu yang diberikan. Dengan izin dan *ridho*-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. *Shalawat* serta salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad Saw., teladan bagi seluruh umat manusia.

Penulis menyadari bahwa skripsi yang berjudul " PERANCANGAN BISNIS APLIKASI TUKAR PAKAIAN *ONLINE* “*SWAPEASE*” ini masih jauh dari kesempurnaan dan kemungkinan terdapat berbagai kekurangan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari para pembaca demi meningkatkan kualitas akademik ke depan.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari dukungan banyak pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tulus kepada semua yang telah memberikan bantuan, baik secara materiil maupun moril. Ucapan terima kasih khusus disampaikan kepada:

1. Prof. Noorhaidi, S.Ag., M.A., M.Phil, Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta beserta seluruh jajarannya.
2. Prof. Dr. Dra. Hj. Khurul Wardati, M.Si. selaku Dekan Fakultas Sains dan Teknologi beserta jajarannya.
3. Dr. Muhammad Mustakim, S.T. M.T. selaku Ketua Program Studi Informatika beserta jajarannya.
4. Dr. Ir. Aulia Faqih Rifa'i, M.Kom. selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir penulis yang sangat memberikan arahan serta rumusan konsep, saran, dan nasehat dalam penulisan tugas akhir ini.
5. Dr. Ir. Sumarsono, S.T., M.Kom. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan seputar perkuliahan.
6. Seluruh tenaga pengajar Bapak/Ibu Dosen di Program Studi Informatika, Fakultas Sains dan Teknologi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
7. Bapak dan Ibu selaku orangtua penulis yang telah memberikan restu, doa, serta dukungan kepada penulis.

8. Saudara penyusun yang telah mendukung serta memberikan doa kepada penulis.
9. Bapak Taufiq Defadri selaku mentor Bangkit Academy.
10. Bapak Taufan Muhammad Faqih Taufik selaku mentor Bangkit Academy.
11. Seorang wanita yang telah mendukung dan menemani penulis dalam segala proses.
12. Teman Bangkit Penulis, Reyhan, Nisrina, Ahya, Ikmal, dan Widi yang telah banyak memberikan bantuan kepada penulis.
13. Senior penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan inspirasi dalam penulisan tugas akhir ini.
14. Teman penyusun sejak mahasiswa baru Yazid Asfa Yasa dan Abidillah Zaki yang telah membantu banyak hal termasuk tugas akhir ini.
15. Teman squad mabar penulis, Tipal, Arsyad, Zidan, Yesha, dan Ilham yang banyak menghibur serta memberikan masukan kepada penulis.
16. Teman-teman KKN 114 Kelompok 9 Petung, Adila, Azizah, Nawang, Syifa, Mia, Anisa, Mali, Auliza, Zein, Hafid.
17. Teman-teman program studi Informatika 2021
18. Seluruh pihak yang pernah penyusun temui baik secara langsung maupun tidak langsung.

Semoga pihak-pihak tersebut selalu mendapatkan kebahagiaan dan *ridho* Allah Swt. dimudahkan dalam setiap jalannya. Akhir kata, semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi khalayak umum dan para pencari ilmu di masa depan.

Yogyakarta, 28 Februari 2025 M

29 Sya'ban 1446 H

Yang membuat pernyataan,

Muhammad Najib Izzulhaq

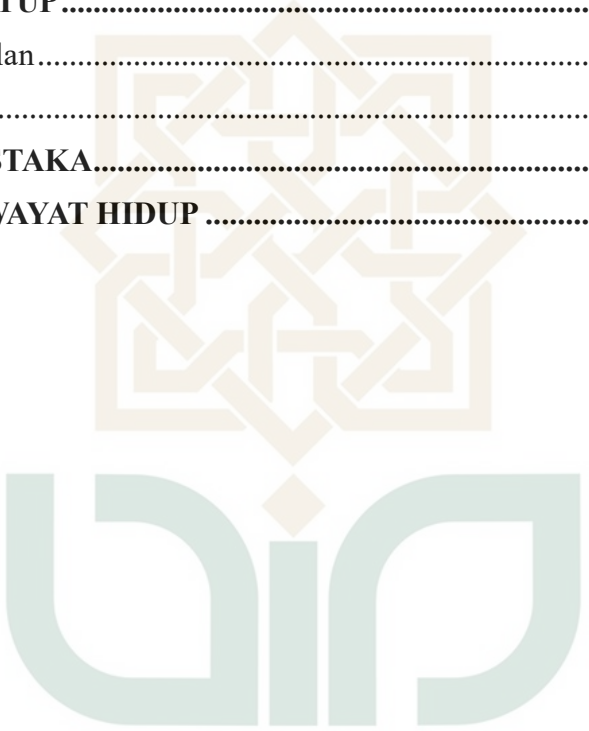
NIM; 21106050054

DAFTAR ISI

SURAT PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	iii
SURAT PERSETUJUAN TUGAS AKHIR	iv
LEMBAR PEDOMAN PENGGUNAAN TUGAS AKHIR.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Batasan Masalah	4
1.4 Tujuan Proyek.....	4
1.5 Manfaat Proyek.....	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA	6
2.1 Kajian Pustaka	6
2.1.1 Pengertian Fesyen.....	6
2.1.2 Pengertian Tukar Baju	7
2.1.3 Pengertian <i>Patchwork</i>	8
2.1.4 Pengertian Aplikasi	9
2.1.5 Pengertian Bisnis	10
2.1.6 Pengertian <i>Startup</i>	10
2.1.7 Pengertian <i>Porter Five Forces</i>	11
2.1.8 Pengertian SWOT	12
2.1.9 Pengertian 5P dalam Pemasaran	13
2.1.10 Pengertian Balance Sheet.....	14
2.1.11 Pengertian Profit and Loss Statement	15
2.1.12 Pengertian Break Even Analysis.....	16
2.1.13 Pengertian <i>Return on Investment (ROI)</i>	17

BAB III PERANCANGAN BISNIS	19
3.1 Deskripsi Perusahaan (<i>Company Description</i>)	19
3.2 Layanan dan Produk (<i>Services and Products</i>).....	20
3.3 Analisis Pasar (<i>Market Analysis</i>).....	21
3.3.1 Analisis Industri.....	22
3.3.2 Target Pasar.....	23
3.4 Pesaing dan Tolak Ukur (<i>Competitors and Benchmarks</i>).....	29
3.4.1 Jenis Kompetitor	29
3.4.2 Analisis kompetitor.....	32
3.4.3 Analisis <i>Porter Five Forces</i>	33
3.4.4 Tolak ukur bisnis (<i>Bussiness Benchmarking</i>).....	36
3.4.5 Analisis SWOT	38
3.5 Perencanaan Pemasaran (<i>Marketing Plan/Strategy</i>)	40
3.5.1 Posisi (<i>Positioning</i>)	41
3.5.2 Harga (<i>Pricing</i>)	43
3.5.3 Produk (<i>Product</i>).....	43
3.5.4 Lokasi (<i>Place</i>).....	44
3.5.5 Promosi (<i>Promotion</i>).....	45
3.6 Organisasi dan Manajemen (<i>Organization adn Management</i>).....	48
3.6.1 Struktur Organisasi <i>SwapEase</i>	48
3.6.2 Manajemen Sumber Daya Manusia.....	50
3.7 Perencanaan Operasional.....	51
3.7.1 Arsitektur Sistem Bisnis	52
3.7.2 Desain Proses Bisnis.....	53
3.8 Strategi dan Pengembangan Bisnis.....	61
3.8.1 Strategi Bisnis	61
3.8.2 Target Bisnis	62
3.8.3 Estimasi Biaya dan Hasil Bisnis	64
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	67
4.1 Desain Pengembangan.....	67
4.1.1 Desain Database.....	67
4.1.2 Desain Antarmuka.....	68

4.2	Hasil Implementasi	73
4.3	Analisis Perkiraan Kinerja Keuangan.....	83
4.3.1	Neraca Keuangan (<i>Balance Sheet</i>)	83
4.3.2	Laporan Laba Rugi (<i>Profit & Loss Statement</i>)	84
4.3.3	Analisis Titik Impas (<i>Break-even Analysis</i>).....	84
4.3.4	<i>Return on Investment (ROI)</i>	85
BAB V PENUTUP		89
5.1	Kesimpulan.....	89
5.2	Saran	90
DAFTAR PUSTAKA.....		91
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		96



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
 YOGYAKARTA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Hasil survei Tinkerlust dengan 665+ responden bulan Juli 2022.....	23
Gambar 3.2 Alasan masyarakat Indonesia membeli pakaian bekas (Nurhayati-Wolff, 2023)	23
Gambar 3.3 Perbandingan fesyen linear dan sirkuler	26
Gambar 3.4 Runtuhnya Rana Plaza dan Pekerja Anak di Pabrik Garmen.....	27
Gambar 3.5 <i>Zero Waste Daniel</i> dan <i>Doodlage</i>	28
Gambar 3.6 Struktur Organisasi <i>SwapEase</i>	48
Gambar 3.7 Alur kerja SDM <i>Patch.U</i>	49
Gambar 3.8 Gambaran Proses pada <i>SwapEase</i>	51
Gambar 3.9 <i>Flowchart Swap Offer Token</i> di Awal	54
Gambar 3.10 <i>Flowchart Swap Offer Token</i> di Tengah.....	55
Gambar 3.11 <i>Flowchart Plan Swap</i> di <i>Chat</i>	56
Gambar 3.12 <i>Flowchart Swap Safety Measure</i>	58
Gambar 3.13 <i>Flowchart Upload Closet Item &SSM</i>	59
Gambar 3.14 <i>Flowchart Content Moderation Plan</i>	60
Gambar 4.1 Desain <i>Database</i>	67
Gambar 4.2 Desain <i>Authentication</i>	68
Gambar 4.3 Desain <i>Nearby Swap</i>	69
Gambar 4.4 Desain <i>Swap Location</i>	70
Gambar 4.5 Desain <i>Upload Closet</i>	70
Gambar 4.6 Desain <i>Swapie Closet</i>	71
Gambar 4.7 Desain <i>Swap Offer</i>	72
Gambar 4.8 Desain lainnya	72
Gambar 4.9 <i>UI Authentication</i>	74
Gambar 4.10 <i>UI Swap</i>	75
Gambar 4.11 <i>UI Tawaran</i>	76
Gambar 4.12 <i>UI Unggah</i>	77
Gambar 4.13 <i>UI Lemari</i>	78
Gambar 4.14 <i>UI Detail Pakaian</i>	80

Gambar 4.15 <i>UI</i> Lokasi.....	81
Gambar 4.16 <i>UI</i> Lainnya.....	82



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tabel <i>Porter Five Forces</i>	35
Tabel 3.2 Perbandingan dengan kompetitor	37
Tabel 3.3 Tabel SWOT	40
Tabel 3.4 <i>Positioning</i> Kompetitor <i>SwapEase</i>	42
Tabel 3.5 <i>Pricing</i> Produk/Layanan Kompetitor <i>SwapEase</i>	43
Tabel 3.6 <i>Place</i> pada Kompetitor <i>SwapEase</i>	44
Tabel 3.7 Tabel <i>Promotion</i>	45
Tabel 3.8 Uraian Tugas <i>SwapEase</i>	49
Tabel 3.9 Keuntungan Menggunakan <i>Enterprise Architecture (EA)</i>	53
Tabel 3.10 Strategi Bisnis	61
Tabel 3.11 Target	62
Tabel 3.12 Pengeluaran	64
Tabel 3.13 <i>Revenue</i>	65
Tabel 4.1 Neraca Keuangan (<i>Balance Sheet</i>).....	83
Tabel 4.2 Laporan Perubahan Ekuitas.....	84
Tabel 4.3 Laporan Laba Rugi (<i>Profit & Loss Statement</i>).....	84
Tabel 4.4 Analisis Titik Impas (<i>Break-even Analysis</i>)	85
Tabel 4.5 Ringkasan Analisis Perkiraan Kinerja Keuangan <i>SwapEase</i>	86

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Fesyen telah menjadi bagian integral dari kehidupan manusia, tidak hanya sebagai kebutuhan dasar tetapi juga sebagai simbol status sosial dan ekspresi diri. Orang-orang dari berbagai lapisan masyarakat cenderung mengikuti tren fesyen terbaru, dengan harapan dapat meningkatkan penampilan dan daya tarik. Fenomena ini semakin berkembang seiring dengan meningkatnya akses terhadap produk fesyen yang terjangkau dan mudah didapatkan. *Fast fashion*, yaitu produksi pakaian secara massal dengan cepat untuk mengikuti tren yang terus berubah, telah menjadi salah satu strategi utama *brand* fesyen untuk memenuhi permintaan konsumen yang selalu ingin tampil modis dengan harga yang terjangkau.

Namun, di balik daya tarik fesyen modern seperti *hoodie* pastel yang trendi atau kaos diskon besar-besaran, terdapat dampak lingkungan yang serius. Industri fesyen secara keseluruhan menyumbang sekitar 10% dari emisi karbon global, menjadikannya salah satu penyumbang utama perubahan iklim. Selain itu, industri ini juga menggunakan sekitar 20% dari total limbah air global, terutama dalam proses pewarnaan dan pencucian kain yang mengandalkan bahan kimia berbahaya. Limbah tekstil menjadi masalah yang semakin parah dengan meningkatnya produksi pakaian baru setiap tahunnya. Di berbagai negara, limbah pakaian yang tidak terolah membentuk tumpukan sampah besar, seperti yang terlihat di Ghana, di mana terdapat "pegunungan" pakaian bekas yang tidak terpakai dan sulit didaur ulang[1], [2], [3].

Kondisi serupa terjadi di Indonesia. Berdasarkan data tahun 2021, dari total 2,3 juta ton limbah tekstil yang dihasilkan setiap tahun, hanya sekitar 0,3 juta ton yang berhasil didaur ulang[4], [5], [6]. Ini menunjukkan bahwa mayoritas limbah pakaian di Indonesia masih berakhir di tempat pembuangan akhir atau dibakar, yang keduanya berkontribusi pada masalah lingkungan lebih lanjut. *Fast fashion* memperburuk situasi ini karena banyak pakaian yang diproduksi menggunakan bahan sintetis seperti poliester, yang sulit terurai secara alami dan membutuhkan

waktu ratusan tahun untuk membusuk di alam[7]. Selain itu, produksi pakaian *fast fashion* sering kali melibatkan eksploitasi tenaga kerja wanita dan anak-anak di negara berkembang, di mana orang tersebut bekerja dalam kondisi yang tidak layak dengan upah rendah untuk memenuhi target produksi yang tinggi[2], [3]. Praktik ini jelas bertentangan dengan prinsip-prinsip keberlanjutan dan tanggung jawab sosial yang diatur dalam Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (TPB) oleh Perserikatan Bangsa-Bangsa, terutama TPB 12 tentang "Konsumsi dan Produksi yang Bertanggung Jawab"[8].

Dalam konteks Indonesia, perilaku konsumsi fesyen juga menunjukkan tren yang mengkhawatirkan. Berdasarkan survei dari Kementerian PPN/Bappenas dan beberapa penelitian pasar, sekitar 3 dari 10 warga Indonesia membuang pakaiannya setelah sekali pakai. Alasan utama konsumen membuang pakaian bekas termasuk kebosanan dengan model yang sudah ketinggalan zaman, ingin mengganti gaya, atau pakaian yang rusak dan tidak lagi sesuai ukuran. Meski kesadaran tentang dampak lingkungan dari *fast fashion* meningkat, hasil survei Tinkerlust pada 2022 dengan 665 responden menunjukkan bahwa 65% dari responden memahami dampak negatif industri fesyen dan 75% menyadari pentingnya fesyen berkelanjutan. Namun, 54,5% dari responden tetap lebih memilih membeli pakaian baru daripada bekas, dan 63,5% memilih *fast fashion* karena harga yang murah serta variasi produk yang lebih banyak tersedia[5], [6].

Berangkat dari data ini, tantangan besar terletak pada mengubah kebiasaan konsumsi masyarakat, terutama di kalangan generasi muda yang merupakan target utama pasar *fast fashion*. Gen Z dan milenial, yang mendominasi populasi pengguna internet di Indonesia, memiliki potensi besar sebagai agen perubahan dalam mengadopsi praktik fesyen yang lebih berkelanjutan. Meskipun terdapat kesadaran yang lebih tinggi akan isu lingkungan, banyak yang masih menghadapi kendala dalam mengakses fesyen berkelanjutan, seperti kekhawatiran akan kualitas pakaian bekas dan kurangnya platform yang memfasilitasi pertukaran pakaian dengan mudah.

Untuk menjawab tantangan ini, *SwapEase* hadir sebagai inovasi dalam bentuk platform digital yang memfasilitasi pertukaran pakaian bekas. Platform ini memungkinkan pengguna untuk mengunggah pakaian yang sudah tidak terpakai dan menukarnya dengan pakaian lain yang diunggah oleh pengguna lain. Dengan demikian, *SwapEase* membantu memperpanjang masa pakai pakaian dan mengurangi kebutuhan untuk membeli pakaian baru, sehingga menurunkan volume limbah tekstil. Selain itu, *SwapEase* juga menawarkan fitur-fitur inovatif seperti *AI Stylist* yang memberikan rekomendasi pakaian sesuai dengan preferensi pengguna, serta fitur *gamifikasi* yang meningkatkan pengalaman pengguna dalam proses tukar-menukar pakaian.

Selain *SwapEase*, ada juga ekstensi dari platform ini yang disebut *Patch U*, yang berfokus pada *upcycling* atau mengolah pakaian bekas menjadi produk-produk baru yang memiliki nilai estetika dan fungsional lebih tinggi. *Patch U* bekerja sama dengan desainer lokal dan penjahit untuk menciptakan produk *patchwork* yang unik, memberikan nilai tambah pada pakaian yang sebelumnya dianggap sebagai limbah. Inisiatif ini tidak hanya mengurangi limbah tekstil, tetapi juga memberdayakan komunitas lokal dengan menciptakan lapangan kerja dan mengangkat keterampilan pengrajin lokal dalam pembuatan produk fesyen yang berkelanjutan.

Dengan mengusung konsep *circular fashion*, *SwapEase* dan *Patch U* menawarkan solusi yang tidak hanya berfokus pada pengurangan limbah, tetapi juga memberdayakan konsumen dan komunitas untuk terlibat dalam menciptakan ekonomi yang lebih berkelanjutan. Platform ini berupaya untuk mengubah cara pandang masyarakat terhadap pakaian bekas, mengubahnya dari sesuatu yang "tidak diinginkan" menjadi "bernilai tinggi", serta membangun budaya konsumsi yang lebih bertanggung jawab. *SwapEase* dan *Patch U* diharapkan dapat menjadi pionir dalam revolusi fesyen berkelanjutan di Indonesia, memanfaatkan teknologi digital untuk mendorong perubahan sosial dan lingkungan yang positif. Dengan meningkatnya kesadaran akan fesyen berkelanjutan di kalangan Gen Z dan milenial, *SwapEase* hadir sebagai solusi yang tidak hanya berdampak positif bagi

lingkungan tetapi juga menawarkan nilai ekonomi bagi pengguna. Platform ini mengubah cara masyarakat berinteraksi dengan pakaian, menciptakan ekosistem di mana pakaian bekas memiliki nilai lebih, bukan hanya sekadar limbah. Melalui inovasi berbasis teknologi, *SwapEase* dapat menjadi pionir dalam perubahan industri fesyen Indonesia menuju model *circular fashion* yang lebih berkelanjutan dan menguntungkan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka permasalahannya adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana membangun rancangan bisnis *SwapEase*?
2. Bagaimana mengetahui kelayakan bisnis *SwapEase*?

1.3 Batasan Masalah

Dalam penelitian dan pengembangan tugas akhir ini, batasan masalah yang akan dibahas meliputi:

1. Penelitian akan difokuskan pada target pasar Gen Z dan mahasiswa di Indonesia.
2. Batasan masalah akan mencakup analisis kelayakan finansial *SwapEase*, termasuk estimasi biaya pengembangan, proyeksi pendapatan, dan analisis investasi yang dibutuhkan.
3. Penelitian ini akan terbatas pada pengembangan platform aplikasi *SwapEase* dan perencanaan bisnisnya.

1.4 Tujuan Proyek

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Merancang model bisnis *SwapEase*.
2. Menganalisis kelayakan bisnis *SwapEase* dari berbagai aspek, seperti pasar, keuangan, dan operasional.

1.5 Manfaat Proyek

Tugas akhir ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Membantu *SwapEase* dalam membangun perencanaan dan kajian kelayakan bisnis untuk mendukung perkembangan bisnisnya.
2. Membantu menilai kelayakan bisnis dari perspektif finansial. Kelayakan bisnis akan membantu para investor dan pemangku kepentingan lainnya untuk membuat keputusan yang lebih baik tentang investasi dalam pengembangan dan operasional *SwapEase*.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

SwapEase dibangun sebagai solusi inovatif dalam *circular fashion* yang mengatasi permasalahan limbah tekstil melalui konsep tukar pakaian digital dan *upcycling*. Rancangan bisnis *SwapEase* dikembangkan dengan mengidentifikasi target pasar utama, yaitu generasi muda dan mahasiswa yang memiliki kesadaran terhadap fesyen berkelanjutan. Model bisnis ini menggabungkan platform digital dengan fitur seperti *AI Stylist* untuk memberikan pengalaman pengguna yang lebih personal serta sistem token untuk transaksi yang mempermudah proses tukar pakaian. Selain itu, *SwapEase* memiliki ekstensi bisnis bernama *Patch U.*, yang berfokus pada *upcycling* pakaian bekas menjadi produk patchwork bernilai tinggi. Strategi pemasaran *SwapEase* mengandalkan digital marketing, komunitas lokal, serta kolaborasi dengan organisasi yang mendukung keberlanjutan. Dalam membangun bisnis ini, analisis kompetitor juga dilakukan dengan membandingkan layanan serupa seperti Depop dan Setali Indonesia untuk menentukan keunggulan kompetitif *SwapEase*, seperti adanya fitur *gamifikasi* dan personalisasi berbasis AI. Dengan pendekatan ini, *SwapEase* diharapkan dapat menciptakan ekosistem tukar pakaian yang lebih luas dan dapat diterima oleh masyarakat.

Untuk mengetahui kelayakan bisnis *SwapEase*, dilakukan analisis keuangan yang mencakup proyeksi pendapatan, biaya operasional, arus kas, serta titik impas. Dari laporan laba rugi, pendapatan *SwapEase* menunjukkan tren positif, meningkat dari Rp 114 juta di tahun pertama menjadi Rp 591,1 juta di tahun keenam. Biaya operasional tetap terjaga dengan efisiensi administrasi, dan keuntungan mulai terlihat setelah tahun ketiga. Arus kas juga mengalami perbaikan, dari defisit di tahun-tahun awal hingga mencapai saldo kas Rp 576,2 juta di tahun keenam. Berdasarkan analisis *break-even*, *SwapEase* berhasil mencapai titik impas dalam enam tahun, menandakan bahwa bisnis ini memiliki peluang jangka panjang yang baik. Selain itu, ROI kumulatif sebesar 45% menunjukkan bahwa investasi dalam bisnis ini memberikan keuntungan yang cukup signifikan. Dengan hasil

analisis ini, *SwapEase* dapat dikatakan layak untuk dikembangkan lebih lanjut, dengan potensi pertumbuhan yang stabil serta peluang ekspansi ke kota-kota lain di Indonesia.

5.2 Saran

Untuk memperkuat pertumbuhan bisnis, *SwapEase* perlu terus meningkatkan edukasi konsumen mengenai fesyen berkelanjutan guna mengatasi kekhawatiran terkait kebersihan dan kualitas pakaian bekas. Kemitraan dengan *brand* lokal, komunitas fesyen, serta organisasi lingkungan dapat diperluas untuk meningkatkan kesadaran dan mempercepat adopsi layanan. Selain itu, strategi pemasaran berbasis digital dan *gamifikasi* dapat dioptimalkan untuk meningkatkan keterlibatan pengguna. Dari sisi operasional, efisiensi biaya dan sumber daya harus tetap menjadi prioritas agar bisnis dapat terus berkembang tanpa mengorbankan profitabilitas. *SwapEase* juga dapat mengeksplorasi potensi diversifikasi layanan, seperti penyewaan pakaian atau perbaikan pakaian berbasis komunitas, untuk memperluas pasar dan meningkatkan keberlanjutan model bisnisnya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] K. O. Boadi dan M. Kuitunen, “Urban waste pollution in the Korle Lagoon, Accra, Ghana,” *Environmentalist*, vol. 22, no. 4, hlm. 301–309, Des 2002, doi: 10.1023/A:1020706728569.
- [2] “Dead white man’s clothes: How fast fashion is turning parts of Ghana into toxic landfill - ABC News.” Diakses: 28 Oktober 2024. [Daring]. Tersedia pada: <https://www.abc.net.au/news/2021-08-12/fast-fashion-turning-parts-ghana-into-toxic-landfill/100358702>
- [3] “‘It’s like a death pit’: how Ghana became fast fashion’s dumping ground | Global development | The Guardian.” Diakses: 28 Oktober 2024. [Daring]. Tersedia pada: <https://www.theguardian.com/global-development/2023/jun/05/yvette-yaa-konadu-tetteh-how-ghana-became-fast-fashions-dumping-ground>
- [4] “Sampah Pakaian Makin Banyak, Saatnya Sudahi Konsumsi Fast Fashion - GoodStats.” Diakses: 28 Oktober 2024. [Daring]. Tersedia pada: <https://goodstats.id/article/sampah-pakaian-makin-banyak-saatnya-sudah-konsumsi-fast-fashion-Bx10s>
- [5] “Impact Report | Tinkerlust.” Diakses: 28 Oktober 2024. [Daring]. Tersedia pada: <https://www.tinkerlust.com/impact-report>
- [6] S. Shihab dan A. Amitra, “TINKERLUST IMPACT REPORT 2022,” 2022.
- [7] “Tren pakaian daur ulang: Bagaimana mereka dibuat dan mengapa begitu sulit membuatnya?” Diakses: 28 Oktober 2024. [Daring]. Tersedia pada: <https://theconversation.com/tren-pakaian-daur-ulang-bagaimana-mereka-dibuat-dan-mengapa-begitu-sulit-membuatnya-187564>
- [8] A. M. Thakker dan D. Sun, “Sustainable Development Goals for Textiles and Fashion,” *Environmental Science and Pollution Research*, vol. 30, no. 46, hlm. 101989–102009, Okt 2023, doi: 10.1007/S11356-023-29453-1/FIGURES/21.
- [9] I. Penulis, N. Kholik Afandi UINSI Samarinda, dan I. Artikel, “Sultra Educational Journal (Seduj) Literature Review is A Part of Research,” vol. 1, no. 3, 2021, [Daring]. Tersedia pada: <http://jurnal-unsultra.ac.id/index.php/seduj>
- [10] “Fashion : Pengertian, Fungsi, Macam, dan Manfaat - Desain & Bisnis Produk Fashion.” Diakses: 25 Februari 2025. [Daring]. Tersedia pada: <https://www.ciputra.ac.id/fdb/fashion-pengertian-fungsi-macam-dan-manfaat/>

- [11] “5 Faktor yang Mempengaruhi Perkembangan Dunia Fesyen | Direktorat Jenderal Pendidikan Vokasi Kemendikbudristek.” Diakses: 25 Februari 2025. [Daring]. Tersedia pada: <https://vokasi.kemdikbud.go.id/read/b/5-faktor-yang-mempengaruhi-perkembangan-dunia-fesyen>
- [12] “Apa Itu Fesyen Berkelanjutan (Sustainable Fashion)? - Zero Waste Indonesia.” Diakses: 25 Februari 2025. [Daring]. Tersedia pada: <https://zerowaste.id/zero-waste-lifestyle/apa-itu-fesyen-berkelanjutan-sustainable-fashion/>
- [13] “GERAKAN TUKAR BAJU – Madani.” Diakses: 25 Februari 2025. [Daring]. Tersedia pada: <https://madaniberkelanjutan.id/gerakan-tukar-baju/>
- [14] “Gerakan Tukar Baju Jadi Solusi Atasi Limbah Fesyen.” Diakses: 25 Februari 2025. [Daring]. Tersedia pada: <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20221118133622-277-875509/gerakan-tukar-baju-jadi-solusi-atasi-limbah-fesyen>
- [15] “#TukarBaju - Zero Waste Indonesia.” Diakses: 25 Februari 2025. [Daring]. Tersedia pada: <https://zerowaste.id/campaign-program/tukar-baju/>
- [16] “#TukarBaju, Sebuah Kampanye dan Solusi Akan Sampah Fesyen dan Limbah Tekstil di Indonesia - Zero Waste Indonesia.” Diakses: 25 Februari 2025. [Daring]. Tersedia pada: <https://zerowaste.id/siaran-pers/tukarbaju-sebuah-kampanye-dan-solusi-akan-sampah-fesyen-dan-limbah-tekstil-di-indonesia/>
- [17] “Mengenal Istilah Patchwork Dalam Fashion | TX PRINT.” Diakses: 25 Februari 2025. [Daring]. Tersedia pada: <https://www.txprint.id/blog/artikel/mengenal-istilah-patchwork-dalam-fashion>
- [18] “Patchwork fashions · V&A.” Diakses: 25 Februari 2025. [Daring]. Tersedia pada: <https://www.vam.ac.uk/articles/patchwork-fashions>
- [19] “Memahami Aplikasi: Pengertian, Fungsi, dan Jenis-Jenisnya.” Diakses: 25 Februari 2025. [Daring]. Tersedia pada: <https://dif.telkomuniversity.ac.id/memahami-apa-itu-aplikasi-dan-fungsinya-di-era-digital/>
- [20] “Mendownload aplikasi ke perangkat Android - Bantuan Android.” Diakses: 25 Februari 2025. [Daring]. Tersedia pada: <https://support.google.com/android/answer/9457058?hl=id>
- [21] M. Asikin dan M. Fadilah, “MASA DEPAN KEWIRAUSAHAAN DAN INOVASI: TANTANGAN DAN DINAMIKA DALAM ERA DIGITAL,” vol. 5, hlm. 8, Jan 2024.

- [22] “View of Membangkitkan Semangat Kewirausahaan untuk Meningkatkan Keberlanjutan Bisnis dengan Memperkuat Sikap, Perilaku, dan Nilai Entrepreneurship”.
- [23] “What a Startup Is and What’s Involved in Getting One Off the Ground.” Diakses: 25 Februari 2025. [Daring]. Tersedia pada: <https://www.investopedia.com/terms/s/startup.asp>
- [24] “Startup Adalah: Pengertian, Jenis-Jenis, Kelebihan, dan Kekurangannya – Gramedia Literasi.” Diakses: 25 Februari 2025. [Daring]. Tersedia pada: <https://www.gramedia.com/literasi/startup/>
- [25] “Apa itu Startup? Ini Pengertian, Jenis-Jenis, dan Contohnya.” Diakses: 25 Februari 2025. [Daring]. Tersedia pada: <https://www.ruangkerja.id/blog/apa-itu-startup-jenis-dan-contohnya>
- [26] “Startup: Arti, Ciri, Contoh, dan Bedanya dengan Perusahaan Konvensional.” Diakses: 25 Februari 2025. [Daring]. Tersedia pada: <https://glints.com/id/lowongan/startup-adalah/>
- [27] “What Is a Startup? Basic Definition and Characteristics | Envato Tuts+.” Diakses: 25 Februari 2025. [Daring]. Tersedia pada: <https://business.tutsplus.com/tutorials/what-is-a-startup--cms-26045>
- [28] K. Naufal Eryogia, K. Diah Cahya Utami, D. Siti Aqilah Sundari, A. Nadhifah Bintang, dan W. Dharma Wibisana, “Penerapan Porter Five Forces Dan Analisis SWOT Dalam Perencanaan Strategi PT Roves Global Food,” vol. 2, no. 2, hlm. 105–118, doi: 10.59603/ebisman.v2i2.403.
- [29] R. Madurai Elavarasan, S. Afridhis, R. R. Vijayaraghavan, U. Subramaniam, dan M. Nurunnabi, “SWOT analysis: A framework for comprehensive evaluation of drivers and barriers for renewable energy development in significant countries,” *Energy Reports*, vol. 6, hlm. 1838–1864, Nov 2020, doi: 10.1016/J.EGYR.2020.07.007.
- [30] M. Karya Kesehatan *dkk.*, “Evita Sri Ulina: Contribution of Product, Price, Place, Promotion, and People (5P) Marketing Mix Strategy Contribution of Product, Price, Place, Promotion, and People (5P) Marketing Mix Strategy on Patients’ Interest To Revisit.”
- [31] “Balance Sheet: Explanation, Components, and Examples.” Diakses: 9 Maret 2025. [Daring]. Tersedia pada: <https://www.investopedia.com/terms/b/balancesheet.asp>
- [32] “Neraca Keuangan: Pengertian, Bentuk, Jenis, Contoh Laporan.” Diakses: 9 Maret 2025. [Daring]. Tersedia pada: <https://www.jurnal.id/id/blog/neraca-keuangan/>

- [33] “Apa itu Profit and Loss? Berikut Pengertian, Unsur & Contohnya.” Diakses: 9 Maret 2025. [Daring]. Tersedia pada: <https://www.jurnal.id/id/blog/profit-and-loss-sbc/>
- [34] “Cara Menghitung Break Even Point (BEP), Simak Contoh Ini!” Diakses: 9 Maret 2025. [Daring]. Tersedia pada: <https://www.jurnal.id/id/blog/cara-menghitung-break-even-point-bep-dan-contoh/>
- [35] A. B. Richard, C. M. Stewart, dan Franklin Allen, “confirming pages,” New York, 2011.
- [36] E. Oktawiningsih, A. G. Saifudin, U. K. H. Abdurrahman, dan W. Pekalongan, “Fenomena Thrifting terhadap Gaya Hidup Mahasiswa”.
- [37] P. Aswadana, D. Ayunda, S. Rahayu, M. Aufayudha, A. Effendy, dan P. I. Komunikasi, “Pandangan Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya Terhadap Perubahan Gaya Hidup Akibat Fenomena Thrifting,” 2022.
- [38] R. Rostiani dan J. Kuron, “PURCHASE OF FAST-FASHION BY YOUNGER CONSUMERS IN INDONESIA: DO WE LIKE IT OR DO WE HAVE TO LIKE IT?,” *Journal of Indonesian Economy and Business*, vol. 34, no. 3, hlm. 249–266, 2019, [Daring]. Tersedia pada: <http://journal.ugm.ac.id/jieb>
- [39] “Pro-Kontra Penjualan Pakaian Bekas Impor, Bisnis Thrifting Terancam?” Diakses: 27 Februari 2025. [Daring]. Tersedia pada: <https://langit7.id/read/30366/1/prokontra-penjualan-pakaian-bekas-impor-bisnis-thrifting-terancam-1678161783>
- [40] “Alasan Pemerintah Ngotot Larang Impor Pakaian Bekas.” Diakses: 27 Februari 2025. [Daring]. Tersedia pada: <https://www.viva.co.id/berita/nasional/1585864-alasan-pemerintah-ngotot-larang-impor-pakaian-bekas>
- [41] “Impor Pakaian Bekas di Indonesia, Bagaimana Legalitasnya? | Klinik Hukumonline.” Diakses: 27 Februari 2025. [Daring]. Tersedia pada: <https://www.hukumonline.com/klinik/a/impor-pakaian-bekas-di-indonesia--bagaimana-legalitasnya-lt56a826fd89e27/>
- [42] “Gerakan Sustainable Fashion di Jakarta dengan Apparel Swap, Alternatif untuk Berbelanja Pakaian - Page 2 - Lifestyle Liputan6.com.” Diakses: 27 Februari 2025. [Daring]. Tersedia pada: <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/5261705/gerakan-sustainable-fashion-di-jakarta-dengan-apparel-swap-alternatif-untuk-berbelanja-pakaian?page=2>

- [43] “Global Circular Fashion Market Report, Trends and Size.” Diakses: 27 Februari 2025. [Daring]. Tersedia pada: <https://www.coherentmarketinsights.com/industry-reports/global-circular-fashion-market>
- [44] “(24) The True Cost: Who Pays the Real Price for YOUR Clothes | Investigative Documentary - YouTube.” Diakses: 27 Februari 2025. [Daring]. Tersedia pada: <https://www.youtube.com/watch?v=5-0zHqYGnlo>
- [45] “(24) The truth behind fast fashion - Are fashion retailers honest with their customers? | DW Documentary - YouTube.” Diakses: 27 Februari 2025. [Daring]. Tersedia pada: <https://www.youtube.com/watch?v=23vUvQN-R1Y&t=850s>
- [46] “(24) MADE IN BANGLADESH - kisah pekerja anak di Fast FashionBD - YouTube.” Diakses: 27 Februari 2025. [Daring]. Tersedia pada: <https://www.youtube.com/watch?v=LWvOlZ4hPU0>
- [47] J. Ekonomi, D. Riset Pembangunan, dan F. W. Suhaeb, “OJS-JERP STRATEGI ADAPTASI EKONOMI KELUARGA MISKIN KOTA PADA MASA PANDEMI COVID-19,” 2023. [Daring]. Tersedia pada: <https://jurnalprofau.com/index.php/JERP>

