

REWEAR SEBAGAI LANGKAH UNTUK MENYELAMATKAN LINGKUNGAN DARI SAMPAH FESYEN



Kelompok 23 REWEAR

Anggota Kelompok :

Reinhart Wisely Lim	16521020
Puti Nabilla Aidira	16521078
Kevin Prayoga Abdinegara	16521122
Alex Sander	16521198
Michael Jonathan Halim	16521226
Shelma Salsabila	16521229
Muhammad Equilibrie Fajria	16521233
Husnia Munzayana	16521313
Muhammad Farrel Danendra Rachim	16521344
Fredrick Runie Taslim	16521399
Farhan Algani Putra	16521429
Bernardus Willson	16521486
Richard Haris	16521501
Raden Sjora Okalani	16521528

**Himpunan Mahasiswa Teknik Informatika
Institut Teknologi Bandung
2022**

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	i
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Sasaran Target	2
BAB II : DESIGN THINKING	
2.1 Empathize	3
2.2 Define	3
2.3 Ideate	5
BAB III : SOLUSI PERMASALAHAN	
3.1 Mock Up	6
3.2 Butir permasalahan yang diselesaikan	6
BAB IV: ANALISIS SOLUSI	
4.1 Strength	9
4.2 Weakness	9
4.3 Opportunity	9
4.4 Threat	9
BAB V : SIMPULAN	10
BAB VI : PEMBAGIAN TUGAS	11
LAMPIRAN	12
DAFTAR PUSTAKA	16

BAB I : PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dengan semakin berkembangnya teknologi, aspek-aspek kehidupan manusia juga semakin berkembang, baik itu ke arah yang positif maupun negatif, salah satunya adalah aspek sandang. Akibat perkembangan tersebut, kita dapat mengetahui budaya berpakaian negara lain dan referensi-referensi berpakaian sesuai dengan perkembangan zaman. Maka dari itu, pakaian tidak hanya berperan sebagai aspek pokok kehidupan manusia, namun juga menjadi gaya hidup tersendiri.

Perkembangan yang pesat di industri fesyen membuat Indonesia masuk 10 besar sebagai negara produsen tekstil terbesar di dunia dan peringkat ke-12 sebagai negara pengeksport tekstil terbesar di dunia (*Bourne, 2020*). Selain itu, merek-merek fesyen besar dunia yang membuka cabangnya di Indonesia juga cukup banyak, seperti H&M, ZARA, Forever21, Uniqlo, hingga *luxury brand*, seperti GUCCI dan Louis Vuitton. Di satu sisi, hal tersebut memberikan keuntungan yang cukup besar bagi pendapatan negara dari biaya pajak maupun hasil ekspor. Namun, merek fesyen seperti H&M, ZARA, Uniqlo, dan Forever21 merupakan merek yang bergerak di bidang *Fast Fashion*. *Fast Fashion* adalah tekstil / kain murah yang diproduksi untuk meniru gaya catwalk terbaru dan dijual secara massal melalui toko-toko ritel untuk memaksimalkan tren saat ini. Hal tersebut menyebabkan pencemaran lingkungan.

Beberapa produk jadi dari fast fashion hanya dipakai dalam kurun waktu yang sebentar. Sementara itu, industri tekstil membutuhkan sekitar 700 galon untuk memproduksi satu kemeja katun, 2.000 galon air untuk memproduksi celana jeans (*YouGov | Fast Fashion: 3 in 10 Indonesians Have Thrown Away Clothing after Wearing It Just Once, 2017*). Hal itu mengakibatkan pemborosan air, dimana jumlah air yang cukup signifikan tersebut dapat digunakan untuk keperluan lain.

Fast fashion mengakibatkan pencemaran air. Proses pewarnaan tekstil merupakan pencemar air terbesar kedua di dunia, karena air sisa dari proses pencelupan tekstil ke dalam cairan pewarna sering dibuang ke parit atau sungai. Sisa air yang beracun tersebut tentunya mengakibatkan dampak buruk bagi makhluk hidup yang memiliki kontak dengan mereka, terutama makhluk hidup

yang berhabitat di laut dimana beberapa dari mereka juga merupakan makanan sehari-hari kita.

Fast fashion juga mengakibatkan pencemaran udara. Berbagai peralatan yang digunakan untuk keperluan produksi tekstil seperti boiler, thermo pack, dan generator diesel menghasilkan polutan udara seperti oksida nitrat, sulfur dioksida, karbon monoksida, klorin dioksida, hidrokarbon, amonia dan formaldehida. Daerah yang berada di sekitar pabrik akan terpengaruh karena pelepasan gas beracun ke atmosfer. Selain itu, gas-gas emisi tersebut juga akan meningkatkan pemanasan global

Selain itu, rata-rata 35% dari semua bahan dalam rantai pasokan berakhir sebagai limbah sebelum produk mencapai konsumen. Ini bisa berupa pemotongan kain, stok yang tidak dapat digunakan karena perubahan desain, pembusukan dalam transportasi, atau kelebihan stok yang tidak dijual di pasar eceran dan, kadang-kadang, dibakar oleh merek (*Clothing Waste Statistics & Facts | Sustainable Fashion, 2018*). Banyaknya sisa produksi industri tekstil terutama kain berbahan serat sintetis seperti nilon, polyester, akrilik juga menimbulkan isu lingkungan jika tidak diolah dengan baik. Hal tersebut disebabkan oleh lamanya waktu yang dibutuhkan oleh serat sintetis agar dapat terurai secara alami.

Tidak bisa dipungkiri bahwa kini *fast fashion* memimpin industri fesyen karena konsumen tetap bisa berpakaian mengikuti tren yang ada dan dengan harga yang terjangkau. Meskipun begitu, *fast fashion* bukanlah langkah yang tepat untuk keberlangsungan industri fesyen karena banyak dampak negatif yang merusak lingkungan akibat *fast fashion*. Maka dari itu kelompok 23 Milestone menawarkan ide kami “REWEAR” sebagai solusi untuk mengatasi *fast fashion* dalam mendukung fesyen yang berkepenjangan dan nol limbah.

1.2 Sasaran Target

1. Perusahaan *zero-waste fashion*.
2. Masyarakat yang tertarik pada *zero-waste fashion*.
3. *Fashion enthusiast*.

BAB II : DESIGN THINKING

Design Thinking berarti proses berulang di mana kita berusaha memahami pengguna, menantang asumsi, dan mendefinisikan kembali masalah dalam mengidentifikasi strategi dan solusi alternatif yang mungkin tidak langsung terlihat dengan tingkat awal pemahaman kita. Proses *design thinking* dapat dilakukan dengan menganalisis *Empathize*, *Define*, *Ideate*, dan *Prototype and Test*.

2.1 Empathize

Secara harfiah *empathize* berarti berempati. Dalam tahapan ini, penulis harus dapat menempatkan sudut pandang sebagai pengguna untuk melakukan *research* terkait kebutuhan *user* atau pengguna. *Research* ini dapat dilakukan dengan menggali sedalam mungkin perspektif pengguna terkait permasalahan maupun bertanya kepada ahli terkait. Pada tahapan ini, perhatian difokuskan untuk mengembangkan pemahaman calon pengguna produk atau target, terkait kebutuhan mereka serta masalah yang mendasari pengembangan produk.

Industri fesyen yang terus berkembang dengan berbagai inovasinya ternyata juga menimbulkan masalah lain. Sisa-sisa bahan pembuatan *fashion* ini jika tidak diperhatikan lebih lanjut akan menjadi limbah industri yang dapat merugikan lingkungan. Dikutip dari sustainourstyle.org, Hanya 15% produk *fashion* bekas didaur ulang atau didonasikan, dan sisanya dibuang atau bahkan dibakar. Lantas apakah produk *fashion* ini tidak akan memengaruhi lingkungan jika dibuang begitu saja? Banyak orang mengira limbah kain akan mudah terurai oleh tanah. Namun kenyataannya, 70% bahan *fashion* berasal dari serat sintetis seperti poliester yang membutuhkan waktu hingga 200 tahun untuk dapat terurai. Sebenarnya, jika dipilah-pilah, beberapa produk *fashion* bekas pakai ini masih layak untuk dipakai orang lain atau bahkan di daur ulang menjadi *fashion* baru yang layak pakai.

2.2 Define

Dari beberapa informasi yang didapatkan melalui proses *empathize*, penulis akan menganalisisnya untuk mendefinisikan permasalahan utama pada tahapan ini. Dalam mendefinisikan *core problem*, kita harus mengedepankan perspektif dari *user* atau target, bukan berfokus pada *business goals*.

Dunia *fashion* mengalami perkembangan pesat dalam 2 dekade terakhir. Di Indonesia, *fashion* juga menjadi salah satu trending topik setelah adanya Citayem Fashion Week yang membuktikan bahwa *fashion* bukan hanya seputar barang mahal, tetapi dapat dilakukan oleh setiap orang, dari segala kalangan. Namun di sisi lain, industri ini cukup mengkhawatirkan karena juga dapat berdampak buruk bagi lingkungan. *fashionrevolution.org* menyebutkan bahwa pada 2015 hingga 2030, limbah tekstil diperkirakan meningkat sekitar 60% dengan tambahan 57 juta ton limbah baru akan dihasilkan setiap tahunnya, mencapai total tahunan 148 juta ton. Elen Macathur Foundation (2017) menyatakan bahwa “One garbage truck if textiles is landfilled or incinerated every second” (Sebanyak satu truk sampah tekstil dibuang atau dibakar setiap detik). Sehingga, masalah *fashion waste* ini dapat dinyatakan *urgent* untuk diselesaikan. Namun, apa sebenarnya permasalahan utama dari *fashion waste* ini?

Kita akan melihatnya dari beberapa sudut pandang. Dari sisi konsumen, masih banyak masyarakat yang kebingungan atau kesulitan mendapatkan akses untuk mendonasikan pakaian bekas layak pakainya. Namun, tidak sedikit pula masyarakat yang masih belum memiliki kesadaran untuk mendonasikan pakaian bekas yang masih layak pakai kepada pihak yang membutuhkan, seperti panti asuhan ataupun korban bencana alam. Sedangkan dari sisi penjahit ataupun desainer, mereka memilih membuang kain sisa karena merasa kekurangan bahan untuk membuatnya kembali menjadi produk *fashion* lain. Adapula penjahit maupun desainer yang merasa kurang mampu untuk memodifikasi atau berkreasi dengan bahan-bahan sisa tersebut. Selain itu, terkadang limbah sisa kain yang dihasilkan juga memiliki bentuk maupun ukuran yang tidak lagi memungkinkan untuk dijadikan produk baru.

Dari berbagai permasalahan tersebut, akar masalah dari *fashion waste* adalah kurang tersalurkannya pihak yang memiliki sisa kain pembuatan produk *fashion* kepada pihak yang memiliki kemampuan dan kemauan untuk mendaur ulang bahan tersebut. Melihat banyaknya limbah yang dihasilkan dan banyaknya artikel yang mengangkat problem terkait *fashion waste* ini, membuktikan bahwa banyak masyarakat yang memiliki kekhawatiran yang sama terhadap dampak *fashion waste* terutama terhadap lingkungan. Sehingga, permasalahan ini patut untuk menjadi pusat perhatian untuk segera diselesaikan.

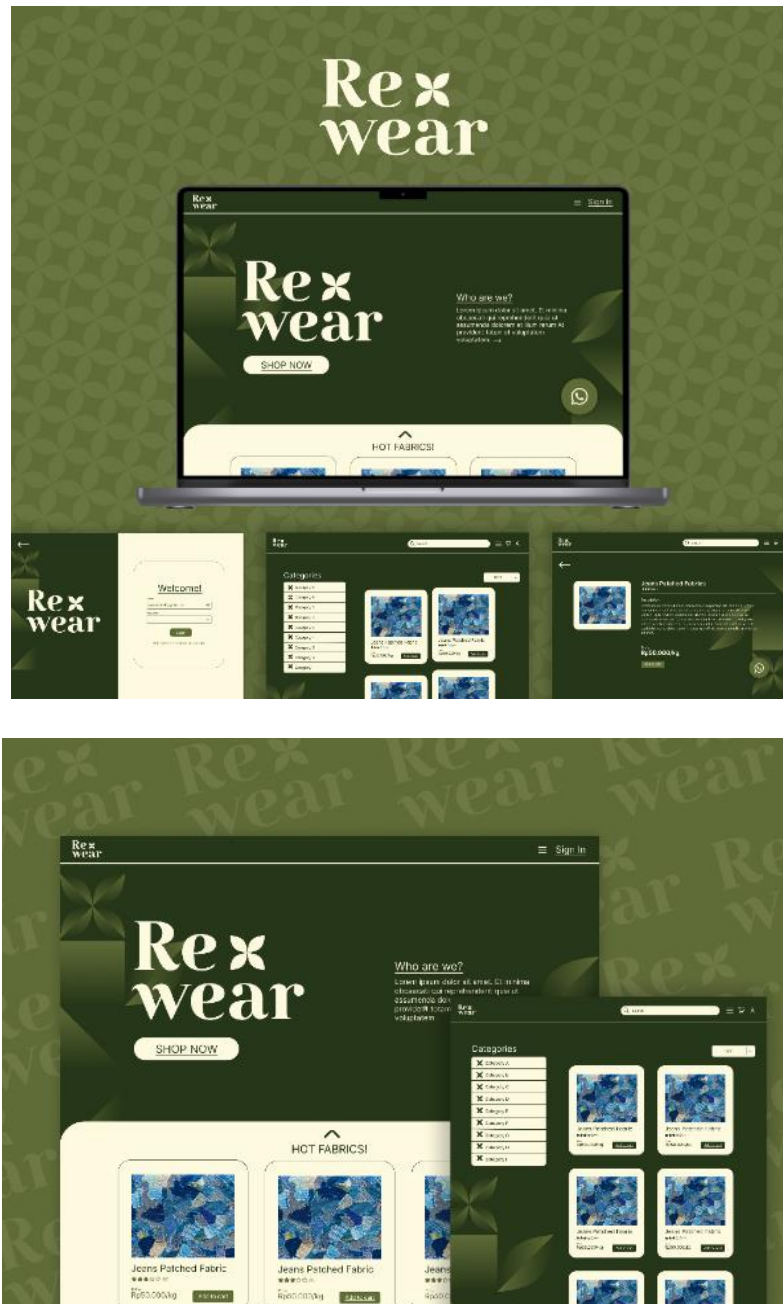
2.3 Ideate

Dari beberapa permasalahan tersebut, didapatkan beberapa alternatif solusi yang mungkin dapat dilakukan. Terkait permasalahan keterbatasan akses konsumen untuk mendonasikan produk *fashion* yang sudah tidak terpakai, solusi yang memungkinkan adalah dengan membuat situs *online* sebagai jembatan donasi produk *fashion*. *Website* ini juga dapat menjadi solusi dari permasalahan produsen yang kekurangan bahan untuk membuat produk *zero-waste fashion*. Melalui *website* ini, pihak yang memiliki bahan sisa kain dapat mendonasikan atau menjualnya kepada produsen lain yang dapat mengolah kain sisa tersebut. Untuk sisa kain dengan bentuk maupun ukuran yang kurang memungkinkan menjadi produk *fashion* terbaru, dapat dimanfaatkan oleh para pengrajin rumahan untuk membuat produk kain perca, seperti keset, taplak meja, boneka, dll. Sedangkan untuk memberi pemahaman kepada masyarakat terkait urgensi produk *zero-waste fashion* ini dapat disediakan artikel-artikel terkait *fashion* yang aktual dan faktual serta bagaimana kita dapat mengambil peran untuk menyelesaikan permasalahan tersebut. Sehingga, masyarakat terdorong untuk ikut andil dalam aksi *zero-waste fashion*. Terkait permasalahan desainer atau penjahit yang kurang mimpi untuk mendaur ulang bahan sisa menjadi produk *fashion* baru, solusi yang dapat diajukan adalah dengan mengadakan pelatihan khusus terkait pengolahan produk *zero-waste fashion*. Namun, penulis memiliki keterbatasan kemampuan untuk melakukan pelatihan tersebut.

Dari analisis solusi permasalahan di atas, didapatkan bahwa penggunaan *website* menjadi solusi paling efektif untuk diwujudkan. *Website* sebagai jembatan antar pihak dapat menyelesaikan beberapa permasalahan pokok sekaligus, baik bagi pihak konsumen maupun produsen. Sebagai langkah awal, penulis memiliki rencana membuat *website* untuk menyediakan sisa kain dari pabrik produk tekstil untuk kemudian disalurkan pada desainer atau pihak yang mampu mendaur ulang bahan tersebut. Selain itu, penulis yang menempuh pendidikan di bidang keinformatikaan memiliki kapabilitas untuk mewujudkan adanya *website fashion zero waste* tersebut.

BAB III : SOLUSI PERMASALAHAN

3.1 Mock Up



3.2 Butir permasalahan yang diselesaikan

REWEAR memiliki beberapa manfaat yang bertujuan untuk menyelesaikan beberapa permasalahan dalam bidang fesyen yang ada, khususnya di Indonesia. Salah satu permasalahannya adalah limbah fesyen yang menyebabkan pencemaran lingkungan dan dapat mengakibatkan berbagai dampak negatif bagi

lingkungan. *Fast fashion* menjadi salah satu penyebab terbesar polusi limbah fashion yang dapat merusak lingkungan, seperti polusi air, tanah, maupun penghasil gas emisi rumah kaca yang dapat menyebabkan *climate change* (perubahan iklim). Maka dari itu, REWEAR diciptakan untuk menyelesaikan permasalahan tersebut. Butir-butir permasalahan utama yang diselesaikan ada 3 poin penting yaitu REWEAR mengurangi pencemaran lingkungan yang diakibatkan fast fashion, REWEAR meningkatkan ekonomi masyarakat, kemudian membuat *zero waste fashion* brand semakin dekat dengan masyarakat.

1. Bagaimana REWEAR mengurangi pencemaran lingkungan yang diakibatkan fast fashion?

Sebelum itu, kita perlu tahu apa arti dari fast fashion, yaitu istilah yang digunakan untuk menggambarkan model bisnis industri pakaian yang mereplikasi tren catwalk terbaru dan desain mode tinggi, memproduksinya secara massal dengan biaya rendah, dan membawanya ke toko ritel dengan cepat saat permintaan tertinggi. REWEAR mengumpulkan kembali sisa-sisa bahan pada proses produksi massal pakaian yang diakibatkan oleh fast fashion, dengan itu limbah yang dihasilkan pada proses produksi pun akan berkurang. Sisa-sisa bahan tersebut dapat dijual kembali ataupun digunakan lagi untuk proses produksi *fashion wear* yang lain.

2. Bagaimana REWEAR meningkatkan ekonomi masyarakat?

REWEAR dapat meningkatkan perekonomian masyarakat dengan membantu usaha-usaha *fashion* dalam menjual kembali limbah produksi yang dihasilkan oleh usaha-usaha tersebut. Dengan itu, akan ada *reimburse* dan pemasukan tambahan bagi usaha tersebut yang berasal dari sisa tekstil yang dijual kembali sehingga modal yang dipakai oleh usaha-usaha masyarakat dapat terpakai dengan maksimal. Pemasukan tersebut juga tentunya tidak sedikit karena limbah fashion yang dihasilkan pun lumayan banyak, terutama akibat dari adanya fast fashion. Selain itu, REWEAR juga sebagai *third-party* bagi merek-merek *zero-waste fashion* sehingga diharapkan pula dapat meningkatkan pemasukan dari merek tersebut.

3. Bagaimana REWEAR membuat *zero-waste fashion* semakin dekat dengan masyarakat ?

Dengan adanya REWEAR, diharapkan masyarakat bisa semakin mudah untuk menemukan dan mengenal merek-merek fesyen ramah lingkungan dengan harga yang bervariasi. Diharapkan pula *zero-waste fashion* bisa menjadi bagian dan kebiasaan masyarakat dalam berpakaian untuk bersama-sama menjaga lingkungan.

BAB IV: ANALISIS SOLUSI

4.1 Strength

1. Secara efektif mengumpulkan *brand* yang mengaplikasikan *zero-waste fashion* di dalam sebuah website.
2. Mempermudah produsen yang membutuhkan sisa tekstil untuk membuat pakaian daur ulang.
3. Mengurangi sampah-sampah hasil *fashion waste* yang ada di lingkungan

4.2 Weakness

1. *Fashion market* yang bergerak sangat cepat dapat menghambat perkembangan industri *zero-waste fashion* karena pasarnya belum terlalu diminati dan sulit untuk diimbangi.
2. Target pasar yang lebih kecil dibandingkan *fashion market* biasa.

4.3 Opportunity

1. Solusi yang kami tawarkan membuka peluang agar industri *fashion waste* mendapat dukungan dan regulasi dari pihak industrial dan pemerintah dalam manajemen pengolahan limbah tekstil.
2. Produk yang ditawarkan dapat meningkatkan *zero-waste fashion trend* yang dapat dibeli konsumen dengan mudah secara online.
3. Membuka dan memperluas pasar baru dalam bisnis *zero-waste fashion* terutama di Indonesia yang masih jarang terdapat bisnis yang serupa sekaligus berpeluang meningkatkan perekonomian di Indonesia melalui pasar tersebut.

4.4 Threat

1. Harga dari produk *zero-waste fashion* biasanya cukup mahal mengingat teknologi yang digunakan juga lebih kompleks dan belum banyak dikembangkan.
2. Stok dari produk *zero-waste fashion* yang tersedia tidak terlalu banyak diakibatkan proses pembuatan produk membutuhkan waktu yang lebih lama untuk di proses dibandingkan *fashion* pada umumnya.

BAB V : SIMPULAN

Fast fashion menimbulkan banyak sekali pencemaran. Melalui tahapan design thinking, penulis mampu menentukan fakta-fakta yang ada terkait masalah yang diangkat hingga penentuan solusi yang tepat. Dengan *emphatize*, kita bisa ketahui bahwa beberapa fashion waste bisa didaur ulang menjadi fashion baru yang layak dipakai. Dengan *define*, kita dapati bahwa banyak produsen yang masih kekurangan bahan untuk membuat fashion baru dari sisa-sisa kain. Dengan *ideate*, kita bisa menyimpulkan solusi yang tepat untuk permasalahan ini. Menurut kami, REWEAR adalah solusi yang cukup tepat untuk mengatasi limbah industri tekstil dan untuk menggaungkan *zero-waste fashion* agar semakin dikenal dan disadari masyarakat.

BAB VI : PEMBAGIAN TUGAS

No.	Bagian Tugas	Penanggung Jawab
Laporan		
1.	Bab I : Pendahuluan	Fredrick , Sjora, Richard
2.	Bab II : Design Thinking	Husnia, Kevin
3.	Bab III : Solusi Masalah	Bernardus, Alex
4.	Bab IV : Analisis Solusi	Libri, Reinhart
5.	Bab V : Simpulan	Michael, Farrel
6.	Bab VI : Pembagian Tugas	Fredrick
7.	Lampiran	Fredrick
8.	Daftar Pustaka	Fredrick
Mock Up		Farhan, Puti, Shelma

LAMPIRAN

NOTUL MEETING 1 29/07/2022 - 20.00

Kel. A: Catering makanan sehat

http://p2ptm.kemkes.go.id/uploads/N2VaaXlxZGZwWFpEL1VIRFdQQ3ZRZz09/2017/11/Menu_Katering_Sehat.pdf

Di masyarakat kateringnya kurang sehat, akan dikasih layanan catering yang memiliki kualitas makanan sehat.

Pendahuluan: Kandungan makanan di catering sekarang2 ini banyak gula, menyebabkan obesitas dan overweight. Untuk itu, solusinya berupa makanan sehat. Produk bisa berupa third-party (platform sebagai perantara brand), dan meningkatkan perekonomian UMKM. Biasanya UMKM promosinya sendiri, belum punya wadah terpusat. Kalo bikin sendiri ribet.

Alokasi proposalnya dimana?

Grabfood Gofood sudah pas jd third-party karena ada limit jarak dan promo. Tapi ini beda karena produk ini berfokus ke katering, bukan penjual makanan di toko.

Katering healthy food biasanya seminggu, udh ada web sm CP sendiri. Jd gmn?

Kemudahan apa yang diberikan oleh produk yg ditawarkan?

Katering menengah jarang ganti2 brand.

Promosi itu yang bakal menjadi fitur di third party. Teknik promosi HARUS bagus: apa yang membuat wadah ini unik?

Kelebihan: Bisnis UMKM catering di daerah tertentu jd terpusat dan meng reach out konsumen

Kekurangan: Udah banyak platform yg menyediakan layanan catering. Gojek gofood ada healthy food. Catering juga ada web dan konsultasi makanannya.

Kelompok B: Fashion waste

fakta kalau indo produsen textile yg besar

<https://aasyp.org/2020/12/31/fast-fashion-nation-indonesias-textiles-industry-in-a-covid-19-world-2/>

Efek Fast Fashion

<https://earth.org/fast-fashions-detrimental-effect-on-the-environment/>

Statistik fast fashion di Indonesia

<https://id.yougov.com/en-id/news/2017/12/06/fast-fashion/>

Fashion industry makin berkembang, di satu sisi dapat meningkatkan pendapatan negara, di sisi lain, ada limbah terbuang karena tidak semua bahan termanfaatkan. Solusi yang terpikirkan yaitu app e-commerce. Ada bekas limbah industri, bisa dijual. Kita bisa menjual barang2 sisa dengan brand bahan recycle. Masalah ini sudah besar dari dulu, pakaian2 yang tidak dipakai akan dibakar sehingga merugikan lingkungan. Bentuk produk berupa e-commerce kyk zalora, cmn jualnya yg bahan recycle. Pakaian sisa dikurasi dulu. Pakaian dikirim ke kita: Apa layak dijual? Kita juga bisa buat brand kita sendiri dari bahan mentah. Kurang banyak perusahaan yang melakukan hal recycle (lebih mending bikin baru).
Hmmm apa akan berguna bagi orang banyak? Seberapa besar urgensi yang dilihat agar produk ini dapat diimplementasikan?

Kelebihan: Jarang ada platform yang menyediakan fitur ini.

Kekurangan: Pasarnya bukan masyarakat luas, namun lebih menengah ke atas.

Kelompok C: Pendidikan yang rendah

<https://docs.google.com/document/d/1PAhIV0f9JqkjpDQCma3OYXgBL5oajCa88831pkGl4Qo/edit?usp=sharing>

- Dari sistem mungkin bisa cari fitur tambahan dalam platform pendidikan dalam solusi yang ditawarkan untuk pendidikan gratis, misal XP
- Platform yang menyediakan praktikum online di Indonesia sangat sedikit (berbeda dengan materi kurikulum yang sering). Biasanya web praktikum dari luar negeri, misal yang Colorado. Ada saran web simulasi praktikum yang dikhususkan bagi peserta didik dalam negeri yang sesuai dengan kurikulum Tanah Air, dapat digunakan di rumah. Web ini bisa digunakan tidak hanya untuk situasi COVID, namun juga jika lembaga pendidikan tidak punya bahan2 untuk praktikum.

Kelebihan: Konten gratis, buka donasi, ga perlu keluar modal besar.

Kekurangan: banyak platform yang menawarkan jenis layanan yang sama dan udah ada yang gratis seperti dari youtube

Penentuan topik permasalahan

Sistem survey pakai pertanyaan define, tiap orang baca” masalah tiap kelompok **(khususnya bagian fakta-fakta dan statistik)** baru isi gform. Deadline besok Sabtu, 30/07/22 jam 8 malam untuk fix topic + pembagian jobdesk\

NOTUL MEETING 2 30/07/2022 - 21.00

Topic Milestone : Fashion Waste (Berdasarkan hasil G-form dan engga ada anggota yang menyanggah)

Drick : Belum ada platform yang menjadi third party. Pasar blm terlalu gede tp ttp bisa jadi alternatif. Bahan-bahan yang udah kecil gabisa diolah lagi kan? Bahannya yang masih layak pakai.

Abil : Biar pasarnya luas, buat ecommerce pakaian recycle. Buat page bahan2 recycle yg bekas sm orang biasa yg mau beli dari brand2 fashion recycle yang udh terkenal.

Fitur web :

1. Jual sisa bahan mentah pakaian
2. Ecommerce zero waste fashion brand

Pembagian tugas

1. Design
 - Shelma
 - Abil
 - Farhan
2. Laporan
 - Bab 1 (background, sasaran pasar) 3 : Fredrick, Sjora, Ricat
 - Bab 2 (proses design thinking) 2 : Husnia, kevin
 - Bab 3 (mock up) 2 : willson, alex
 - Bab 4 (swot solusi) 2 : Libri, reinhart
 - Bab 5 (berisi rangkuman dan kesimpulan dari solusi) 2 : Farrel, michael

Notulensi Asistensi 1 31/07/22 - 16.00

- Penyampaian ide, solusi, dan strength and weakness
- Masalah yang diangkat sudah bagus (**Ide Approved**)
- Visiblility → Ribet ga bikin fitur penjual dan pembeli?
Ans : Kita sebagai third party, dari orang yang mau jual kasih ke kita lalu kurasi mana yang bisa dijual jadi ga perlu akun penjual (**Visible Approved**)
- Tugas project sampai jadi produknya, yang penting ada **web dan fungsionalitas jalan**.
- Pembagian tugas sudah ada
- **Masukan ide → Ada kredit/uang di aplikasi**
- Untuk bahan sisa yang dijual lagi fokus ke brand zero waste, reach ke perusahaan.
- **Buat halaman promosi**
- **Mock-up** → Pakai figma jadi **bisa demo** saat presentasi
- Notul rapat yang dimaksud notul rapat tim

DAFTAR PUSTAKA

- Bourne, V. (2020). *Fast Fashion Nation: Indonesia's textiles industry in a COVID-19 world*. <https://aasyp.org/2020/12/31/fast-fashion-nation-indonesias-textiles-industry-in-a-covid-19-world-2/>
- Clothing Waste Statistics & Facts | Sustainable Fashion*. (2018). <https://www.commonobjective.co/article/fashion-and-waste-an-uneasy-relationship>
- Dam, R. F. (2022). *The 5 Stages in the Design Thinking Process | Interaction Design Foundation (IxDF)*. <https://www.interaction-design.org/literature/article/5-stages-in-the-design-thinking-process>
- Dean, C. (2019). *Waste – is it 'really' in fashion? - Fashion Revolution : Fashion Revolution*. <https://www.fashionrevolution.org/waste-is-it-really-in-fashion/>
- Fashion & Environment — SustainYourStyle*. (n.d.). Retrieved August 4, 2022, from <https://www.sustainyourstyle.org/en/whats-wrong-with-the-fashion-industry>
- Fashion Emergency - The Waste Crisis - Waste Advantage Magazine*. (2019). <https://wasteadvantagemag.com/fashion-emergency-the-waste-crisis/>
- The Urgency Of Improving Textile Recycling | Bank & Vogue*. (2018). <https://www.bankvogue.com/urgency-improving-textile-recycling/>
- YouGov | Fast fashion: 3 in 10 Indonesians have thrown away clothing after wearing it just once*. (2017). <https://id.yougov.com/en-id/news/2017/12/06/fast-fashion/>