

Eksplorasi Material dan Riset Konsumen dalam Perancangan Tas Berbahan Limbah Kantong Semen untuk Wanita Sosialita

Audrey Grace Risda dan Eri Naharani Ustazah

Departemen Desain Produk, Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS)

e-mail: naharani@its.ac.id

Abstrak—Industri semen merupakan satu dari sekian banyak industri yang menjadi dasar perkembangan perindustrian dan perekonomian yang ada di Indonesia. Menurut data Asosiasi Semen Indonesia (ASI), total kapasitas terpasang industri semen di 2021 mencapai 116 juta ton. Kantong Semen sendiri memiliki karakteristik yang kuat melebihi kertas lainnya. Faktor ini membuka peluang bagi limbah kantong semen untuk diolah dengan menggunakan metode *upcycling* menjadi tas wanita. Di lain sisi, belum ada produk *upcycle* tas wanita yang berhasil memasuki pasar wanita sosialita yang sebenarnya berpotensi untuk menjadi trendsetter. Para wanita mencontoh pola hidup para sosialita dengan tujuan mendapatkan identitas sosial yang serupa. Hal ini tentunya dapat berdampak positif bagi brand yang berhasil memasuki pasar wanita sosialita. Dengan melihat peluang ini, perlu dilakukan riset konsumen untuk mengetahui aspek yang diinginkan seorang wanita sosialita dalam sebuah tas, serta eksplorasi dan eksperimen dari limbah kantong semen agar dapat memberi kesan mewah dan sesuai dengan keinginan pasar wanita sosialita.

Kata Kunci— Kantong Semen, Tas Wanita, *Upcycling*, Wanita Sosialita.

I. PENDAHULUAN

INDUSTRI semen merupakan satu dari sekian banyak industri yang menjadi dasar perkembangan perindustrian dan perekonomian yang ada di Indonesia. Penjualan total semen, baik ekspor maupun domestik, selalu mengalami peningkatan sejak 2010. Penjualan semen yang meliputi pasar domestik dan ekspor mencapai 76,1 juta ton pada tahun 2019 [1].

Pada tahun 2021, Asosiasi Semen Indonesia (ASI) menyebutkan bahwa total kapasitas terpasang industri semen di 2021 mencapai 116 juta ton.

Kantong semen atau yang dikenal juga dengan kertas sack kraft terbuat dari bahan baku kayu pinus. Kertas ini dibuat berdasarkan proses sulfat dan lain sebagainya. Proses pembuatan kertas ini pertama kali ditemukan oleh C. F. Dahl, seseorang berkebangsaan Jerman yang kemudian dipatenkan pada tahun 1884. Proses kraft ditemukan ketika beliau menambahkan Sodium Sulfat (Na_2SO_4) ke dalam ketel pemasak pulp dengan proses soda (NaOH), yang mana pada proses pemasakan pulp tersebut akan menghasilkan pulp dengan ikatan antar serat yang lebih kuat bila dibandingkan dengan proses pemasakan pulp jenis (lainnya proses sulfat ataupun proses soda) [2].

Kantong semen merupakan material yang sangat kuat. Komposisi jumlah lapisan laminasi kertas kantong semen dari 5 sampai dengan 25 lapisan mengalami peningkatan kekuatan tarik dan kekuatan tarik tertinggi pada lapisan

berjumlah 25 yaitu 49,19 (MPa). Nilai kekuatan tarik sebesar ini sesuai dengan kekuatan tarik kayu golongan kayu kelas II yaitu kayu merbau, akasia, sungkai dan kayu keruing [3].

Karena kekuatannya, kantong semen yang sudah menjadi limbah tidak mudah rusak dan masih dapat digunakan kembali melalui metode *upcycling* agar dapat menghasilkan produk lain yang bernilai. *Upcycling* adalah proses mengubah bahan limbah atau produk yang tidak berguna menjadi bahan atau produk baru dengan kualitas yang lebih baik atau untuk nilai lingkungan yang lebih baik. Istilah yang umum digunakan, *recycling*, adalah proses *downcycling* (mengurangi nilai) limbah menjadi produk yang dapat digunakan kembali. Di sisi lain, *upcycling* adalah suatu bentuk daur ulang dengan melibatkan mengubah bahan limbah atau produk yang tidak diinginkan menjadi produk yang lebih berkualitas tanpa harus melalui proses *downcycling* [4].

Kaum wanita sosialita adalah para wanita dengan gaya hidup yang cenderung *high-class* dengan barang mewah. Masyarakat sering menilai kaum sosialita sebagai kelompok orang yang hidup berfoya-foya dengan gaya hidup yang fantastis dan saling mempertahankan gengsi dengan barang-barang mahal saat mereka bertemu satu sama lain [5].

Gaya hidup wanita sosialita dapat dilihat dengan sikap hedonism, suka berbelanja dan mengoleksi barang-barang bermerek dan mahal. Dalam waktu luang, wanita sosialita gemar mengunjungi tempat-tempat nongkrong yang memiliki *prestige*. Di lain sisi, gaya hidup wanita sosialita sering dijadikan *trendsetter*. Para wanita kemudian mulai mencontoh pola hidup para sosialita dengan tujuan mendapatkan identitas sosial yang serupa [6]. Hal ini dapat sangat menguntungkan bila dimanfaatkan dengan baik oleh para pemilik *brand*. Menjadikan wanita sosialita sebagai konsumennya dapat menimbulkan psikologi marketing bagi para pengikutnya, seperti FOMO (*Fear of Missing Out*) dan takut ketinggalan *trend*.

II. URAIAN PENELITIAN

A. Eksperimen Material

Metode pertama yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode eksperimen yaitu prosedur penelitian yang dilakukan untuk mengungkapkan hubungan sebab akibat dua variabel atau lebih, dengan mengendalikan pengaruh variabel yang lain. Tujuan dari eksperimen material adalah untuk mengetahui secara langsung sifat dari kantong semen dan proses pengolahannya agar terlihat menyerupai kulit. Beberapa aspek yang dipelajari adalah:

Tabel 1.
Bahan Eksperimen Pewarnaan Kantong Semen

No	Material / Bahan	Gambar	Kegunaan
1	Kantong Semen Bekas Pakai		Sebagai bahan utama yang akan diberi pewarna
2	Wantex Pakaian : 19. Kuning Drill (menyerupai coklat), 2 buah		Sebagai pewarna kantong semen
3	Spons		Sebagai pembersih sisa-sisa semen
4	Panci		Wadah proses pewarnaan
5	Gunting		Memotong kantong semen menjadi sebuah pola yang rapih



Gambar 1. Hasil eksperimen pewarnaan kantong semen.

mengenai preferensi dan pendapat responden mengenai material kulit. Sedangkan bagian ketiga berisi pertanyaan mengenai material daur ulang pada tas wanita.

C. Karakteristik Responden

Pertanyaan yang diajukan pada bagian karakteristik responden ini meliputi usia, domisili, pekerjaan, penghasilan/uang saku per bulan, hobi, dan kesibukan. Pertanyaan mengenai usia dan domisili bertujuan untuk memetakan para wanita sosialita pengguna tas sehingga didapatkan segmentasi terbesar pengguna tas *branded*. Sedangkan pertanyaan mengenai penghasilan/uang saku per bulan, hobi, dan kesibukan bertujuan untuk mengetahui gaya hidup responden.

D. Penilaian Responden

Penilaian responden berisi pertanyaan-pertanyaan mengenai preferensi responden terhadap tas wanita. Masing-masing pertanyaan memiliki opsi-opsi yang dapat dipilih oleh responden sesuai dengan keadaannya pada saat mengisi kuisioner. Penilaian responden terdiri dari tiga tema yaitu *brand & style*, material kulit, dan material daur ulang.

Pada tema *brand & style*, pertanyaan yang diajukan adalah mengenai preferensi gaya dan merek tas, nilai yang dicari saat membeli tas, dan skala prioritas. Pertanyaan ini relevan dengan penentuan konsep produk yang nantinya akan diproduksi sehingga sesuai dengan preferensi mayoritas wanita sosialita. Selain itu, terdapat juga pertanyaan mengenai histori pembelian tas dan biaya yang rela dikeluarkan. Pertanyaan ini bertujuan untuk membantu menentukan harga setelah proses produksi.

Pada tema material kulit, pertanyaan yang diajukan adalah mengenai pandangan terhadap kulit asli (*genuine leather*) dan kulit buatan (*artificial leather*) dan sensasi yang dicari dari material kulit. Hal ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor penting pada material kulit sehingga dapat mengolah kantong semen sedemikian rupa hingga memenuhi faktor-faktor penting tersebut.

1. Pemberian warna
2. Pemberian lapisan (*topcoat*)

Eksplorasi ini menghasilkan material kantong semen yang sudah menyerupai kulit dan siap untuk diproduksi menjadi produk tas Wanita.

B. Riset Konsumen

Riset konsumen dilakukan dengan cara menyebar kuisioner secara langsung dimulai pada tanggal 7 Desember 2021 hingga 8 November 2021. Responden yang dituju adalah wanita sosialita berusia 17-29 tahun yang menyukai atau mengoleksi tas *branded*. Masa usia tersebut menjadi sasaran utama untuk menjadi responden karena cenderung produktif, aktif bersosialisasi dengan lingkungannya, serta mengikuti *trend* sehingga memiliki pengetahuan dan preferensi yang lebih mengenai tas wanita dan gaya hidup.

Pertanyaan dalam kuisioner terbagi menjadi tiga bagian. Bagian pertama berisi pertanyaan mengenai preferensi *brand, style*, dan faktor-faktor yang mempengaruhi responden dalam membeli sebuah tas. Bagian kedua berisi pertanyaan

Tabel 2.
Eksperimen Pemberian Lapisan (*Topcoat*)

Bahan Pelapis	Gambar	Hasil	Keterangan
Bee Wax Wood Polish			Tidak kering, licin basah
Biovarnish clear coat			Hasil mengkilap (<i>glossy</i>), <i>waterproof</i> , kering sempurna

Tabel 3.
Usia Responden

21-29 tahun	18
17- 20 tahun	12

Tabel 4.
Profesi Responden

Mahasiswa	24
Freelancer	4
Pekerja Kantoran	2
Pengusaha	1
Dalam industri desain	1

Tabel 5.
Penghasilan/Uang Saku Responden

IDR 3.000.001 – 5.000.000	14
IDR 3.000.001 – 5.000.000 < IDR 1.000.000	11
IDR 5.000.000 – 10.000.000 > IDR 10.000.000	3
	1
	1

Tabel 6.
Kesibukan Responden

Meeting online	43%
Hang out	33,3%
Shopping	26,7%

Pada tema material daur ulang pada tas wanita, pertanyaan yang diajukan adalah mengenai kepemilikan tas daur ulang dan kesan terhadap barang daur ulang. Selain itu, terdapat juga pertanyaan mengenai pendapat mereka bila wanita sosialita menggunakan tas daur ulang.

III. HASIL PEMBAHASAN

A. Eksperimen Pemberian Warna Pada Kantong Semen

Bahan yang dipakai untuk melakukan eksperimen pemberian warna pada kantong semen dapat dilihat pada Tabel 1. Berikut adalah gambar hasil eksperimen pewarnaan kantong semen, dapat dilihat pada Gambar 1. Dari hasil pewarnaan, dapat disimpulkan bahwa warna tidak sepenuhnya merata. Pewarnaan yang menggunakan warna 19. Kuning Drill tidak mengeluarkan warna coklat kekuning-kuningan, melainkan warna menyerupai hitam.

Untuk mendapatkan warna yang lebih merata, diperlukan panci atau wadah masak lainnya yang lebih besar sehingga

Tabel 7.
Jenis Tas yang disukai Responden

Crossbody Bag	73,3%
Shoulder Bag	53,3%
Mini Bag	43,3%
Tote Bag	30%
Hand Bag	20%
Backpack	20%
Clutch	6,7%

Tabel 8.
Gaya Tas yang disukai Responden

Classic	73,3%
Soft	50%
Rigid / Kaku	30%
Monogram	23,3%
Quilted	20%
Playful	13,3%
Colorful	10%

Tabel 9.
Brand yang disukai Responden Terkait dengan Style dari Brand Tersebut

Dior	63,3%
Coach	56,7%
Tory Burch	56,7%
Marc Jacobs	46,7%
Kate Spade	20%

Tabel 10.
Brand Tas Luar Negeri yang dimiliki Responden

Coach	76,7%
Tory Burch	46,7%
Kate Spade	40%
Fossil	26,7%
Gucci	23,3%
Dior	23,3%
Marc Jacobs	23,3%

cairan dapat sepenuhnya merendam material kantong semen. Dalam pewarnaan, lama waktu merendam serta takaran pewarna sangat berpengaruh terhadap hasil akhir yang diperoleh.

B. Eksperimen Pemberian Lapisan (*Topcoat*)

Bahan yang dipakai untuk melakukan eksperimen pemberian lapisan (*topcoat*) pada kantong semen yang sudah diwarnai dapat dilihat pada Tabel 2.

Pada kasus Bee Wax, pelapis tidak mengering sempurna meskipun sudah dikeringkan sehari-hari. Saat dipegang, kantong semen yang sudah dilapisi Bee Wax menjadi licin dan terasa basah. Sedangkan pada kasus Biovarnish, kantong semen yang sudah dilapisi dapat mengering sempurna dengan *glossy finishing* dan juga *waterproof*. Proses pengeringannya hanya memakan waktu 2-3 jam. Dari kedua hasil yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa sebagai pelapis kantong semen, Biovarnish bekerja lebih baik daripada Bee Wax. Hasil dari lapisan Biovarsih sudah layak untuk diproses lebih lanjut ke tahap perancangan.

C. Kuisisioner

Pengumpulan data kuisisioner memperoleh responden sebanyak 30 wanita sosialita yang menyukai atau mengoleksi tas *branded*. Berikut adalah hasil dan pembahasan masing-masing pertanyaan kuisisioner:

Tabel 11.

Brand Tas Lokal yang disukai Responden

Josvli	5
Purotti	2
Berrybenka	2
Merche	2

Tabel 12.

Urutan Prioritas Responden dalam Membeli Tas

Prioritas 1	Desain
Prioritas 2	Warna & Motif
Prioritas 3	Brand
Prioritas 4	Material
Prioritas 5	Harga
Prioritas 6	Size
Prioritas 7	How to care

Tabel 13.

Value yang Ingin Diperlihatkan Okeh Responden

Kecantikan / Estetika	66,7%
Ekspresi Diri / Gaya Hidup	50%
Fungsionalitas	36,7%
Nilai / Cerita yang dijual	3,3%

Tabel 14.

Pemakaian Tas Mahal

Saat ada acara penting	83,3%
Setiap jalan-jalan	33,3%
Saat sesuai dengan outfit	6,7%

Tabel 15.

Frekuensi responden membeli tas dalam 1 tahun

2-3 kali	17
1 kali atau tidak sama sekali	8
4-6 kali	5
>6 kali	0

Tabel 16.

Urgensi responden dalam membeli tas

Saat ada desain yang sangat disukai	86,7%
Jika tas tersebut cocok dengan style fashion saya	56,7%
Saat tas yang lama rusak	36,7%
Jika ada acara dan membutuhkan tas baru	16,7%
Saat tas tersebut sedang trending	13,3%
Saat brand favorit mengeluarkan tas model baru	3,3%

Tabel 17.

Ketersediaan untuk membeli tas brand luar negeri

IDR 3.000.001 - 5.000.000	9
IDR 5.000.001 - 10.000.000	7
IDR 1.000.001 - 3.000.000	7
>IDR 10.000.000	5
<IDR 1.000.000	2

Tabel 18.

Ketersediaan untuk membeli tas brand lokal

IDR 500.001 - 1.000.000	13
< IDR 500.000	10
IDR 1.000.001 - 2.000.000	4
IDR 2.000.001 - 3.000.000	2
>IDR 3.000.000	1

Tabel 19.

Tempat membeli tas

Marketplace	63,3%
Brand's Official Store	60%
Instagram	53,3%
Retail Store	43,3%
Seconhand Store	6,3%

1) Usia

Sebanyak 18 responden berada pada rentang usia 21-29 tahun dan 12 responden lainnya berada pada rentang usia 17-20 tahun. Hasil ini menggambarkan sebanyak 40% dari pengguna tas branded belum berada dalam fase umur bekerja ataupun mandiri finansial dapat dilihat pada Tabel 3.

2) Pekerjaan

Sebanyak 80% responden merupakan mahasiswa. Hasil ini menunjukkan bahwa mahasiswa yang belum berpenghasilan juga dapat memiliki gaya hidup sosialita, yang dapat dilihat pada Tabel 4.

3) Penghasilan/Uang Saku Per Bulan

Pengambilan data penghasilan/uang saku diperlukan untuk melihat mengetahui lebih lanjut gaya hidup wanita sosialita, yang dapat dilihat pada Tabel 5.

4) Kesibukan

Pengambilan data kesibukan diperlukan untuk mengetahui kegiatan wanita sosialita diluar pekerjaannya. Data yang terlampir adalah 3 aktivitas yang paling sering disebutkan, yang dapat dilihat pada Tabel 6.

5) Preferensi Jenis Tas

Hasil yang diperoleh berguna untuk mengetahui preferensi jenis tas yang disukai wanita sosialita sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan saat proses perancangan produk, yang dapat dilihat pada Tabel 7.

6) Preferensi Style Tas

Hasil yang diperoleh berguna untuk mengetahui preferensi gaya tas yang disukai wanita sosialita sehingga dapat menjadi

bahan pertimbangan saat proses perancangan produk, yang dapat dilihat pada Tabel 8.

7) Preferensi Brand Terkait dengan Style dari Brand Tersebut

Hasil yang diperoleh berguna untuk mengetahui brand yang memiliki gaya yang sesuai dengan selera wanita sosialita. Data yang ditampilkan adalah 5 brand dengan pemilih terbanyak, yang dapat dilihat pada Tabel 9.

8) Brand Tas Luar Negeri yang Dimiliki

Hasil yang diperoleh berguna untuk mengetahui keputusan pembelian dalam tas branded. Data yang ditampilkan adalah 7 brand dengan pemilih terbanyak, yang dapat dilihat pada Tabel 10.

9) Preferensi Brand Tas Lokal

Hasil yang diperoleh berguna untuk mengetahui kepekaan wanita sosialita terhadap merek lokal. Data yang ditampilkan adalah brand yang tersebut lebih dari 1 kali, yang dapat dilihat pada Tabel 11.

10) Skala Prioritas

Hasil yang diperoleh berguna untuk mengetahui aspek yang dianggap lebih penting saat membeli tas. Hasil yang diperoleh adalah berdasarkan pengurutan prioritas oleh responden, yang dapat dilihat pada Tabel 12.

11) Value

Pertanyaan ini diajukan untuk mengetahui value apa yang seorang wanita sosialita harapkan dilihat oleh orang lain saat menggunakan sebuah tas, yang dapat dilihat pada Tabel 13.

Tabel 20.
Preferensi material kulit

<i>Artificial Leather</i>	18
<i>Genuine Leather</i>	12

Tabel 21.
Penyimpanan tas berbahan kulit

Dimasukkan ke dalam dustbag / paperbag, lalu disimpan di lemari	22
Disusun di lemari	10
Digantung di hanger	3
Dibiarkan di ruangan ber AC	1

Tabel 22.
Sensasi yang dicari dalam material kulit

Estetika	63,3%
Tekstur	60%
Kesan 'mahal'	50%
Durabilitas	40%

Tabel 23.
Kepemilikan tas daur ulang

Tidak	28
Ya	2

Tabel 24.
Persepsi responden mengenai tas daur ulang

Eco-friendly	93,3%
Kurang mewah	13,3%
Terkesan murah	6,7%
Unik	6,7%

Tabel 25.
Pendapat responden bila tas daur ulang cocok dipakai wanita sosialita

Ya	20
Mungkin	8
Tidak	2

12) Pemakaian tas mahal

Pertanyaan ini diajukan untuk mengetahui kemana saja wanita sosialita akan memakai tas yang ia rasa mahal, yang dapat dilihat pada Tabel 14.

13) Frekuensi Membeli Tas Per Tahun

Pertanyaan ini diajukan untuk mengetahui seberapa sering seorang wanita sosialita membeli tas dalam satu tahun. Hasil ini digunakan untuk mengetahui perilaku konsumtif wanita sosialita, yang dapat dilihat pada Tabel 15.

14) Urgensi dalam membeli tas

Pertanyaan ini diajukan untuk mengetahui alasan seorang wanita sosialita membeli tas baru. Hasil ini digunakan untuk mengetahui motif dibalik pembelian sebuah tas, yang dapat dilihat pada Tabel 16.

15) Ketersediaan untuk Membeli Tas Brand Luar Negeri

Pertanyaan ini diajukan untuk mengetahui berapa biaya yang rela dikeluarkan oleh wanita sosialita untuk membeli tas merek luar negeri, yang dapat dilihat pada Tabel 17.

16) Ketersediaan untuk Membeli Tas Brand Lokal

Pertanyaan ini diajukan untuk mengetahui berapa biaya yang rela dikeluarkan oleh wanita sosialita untuk membeli tas merek lokal, yang dapat dilihat pada Tabel 18.

17) Tempat Membeli Tas

Pertanyaan ini diajukan untuk mengetahui dimana biasanya wanita sosialita membeli tas. Hasil ini digunakan sebagai pertimbangan tempat menjual produk kedepannya, yang dapat dilihat pada Tabel 19.

18) Preferensi Material Kulit

Pertanyaan ini diajukan untuk mengetahui apakah wanita sosialita lebih memilih kulit asli (*genuine leather*) atau kulit imitasi (*artificial leather*). Hasil yang diperoleh dapat digunakan untuk menentukan material kulit dalam proses perancangan, yang dapat dilihat pada Tabel 20.

19) Cara Menyimpan Tas Berbahan Kulit

Pertanyaan ini diajukan untuk mengetahui cara wanita sosialita menyimpan tas yang berbahan kulit, yang dapat dilihat pada Tabel 21.

20) Sensasi Kulit

Pertanyaan ini diajukan untuk mengetahui faktor apa yang dicari wanita sosialita dari material kulit, yang dapat dilihat pada Tabel 22.

21) Kepemilikan Tas Daur Ulang

Pertanyaan ini diajukan untuk mengetahui apakah wanita sosialita memiliki tas daur ulang, yang dapat dilihat pada Tabel 23.

22) Persepsi Mengenai Tas Daur Ulang

Pertanyaan ini diajukan untuk mengetahui apa yang dipikirkan wanita sosialita mengenai tas daur ulang, yang dapat dilihat pada Tabel 24.

23) Tas Daur Ulang & Wanita Sosialita

Pertanyaan ini bertujuan untuk mendengar pemikiran dari seorang wanita sosialita itu sendiri mengenai apakah wanita sosialita cocok menggunakan tas daur ulang, yang dapat dilihat pada Tabel 25.

IV. KESIMPULAN/RINGKASAN

Meskipun belum pernah ada, tetapi tas upcycle memiliki peluang untuk memasuki pasar wanita sosialita. Selain material kantong semen, dalam membuat tas untuk wanita sosialita, desainer dapat menggunakan kuli palsu (*artificial leather*) yang juga diminati oleh wanita sosialita. Dalam menentukan harga, kaum sosialita mau mengeluarkan biaya yang lebih banyak untuk merek luar negeri, tetapi untuk merek lokal, wanita sosialita mau mengeluarkan biaya dibawah Rp1.000.000,00.

Eksplorasi kantong semen dapat dilakukan menggunakan *Wantex* sebagai pewarnanya dan *Biovarnish Clear Coat* sebagai bahan pelapis. Pewarnaan harus dilakukan dalam wadah yang besar bila menginginkan warna yang merata. Pelapisan dengan *Biovarnish Clear Coat* akan memberi hasil akhir *glossy* dan *waterproof*. Kantong Semen yang sudah diberi pelapis sudah layak untuk diproses lebih lanjut ke tahap perancangan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] IndoAnalysis, "Laporan industri semen di Indonesia 2020," Jakarta, 2020. [Online]. Available: <https://indoanalysis.com/>
- [2] D. Saragi, "Pembuatan dan karakterisasi kertas pembungkus yang dibuat dari kantong semen bekas dengan pulp jerami," Universitas Sumatera Utara, Medan, 2008.
- [3] P. Purwanto, "Sifat-sifat mekanis laminasi limbah kertas kantong semen sebagai bahan dasar alternatif pembuatan produk," in *Seminar Nasional 6th UNS SME's SUMMIT & Awards 2017*, Surakarta: LPPM UNS, Jul. 2017. [Online]. Available: <https://ppkn.fkip.uns.ac.id/wp-content/uploads/2016/12/erna-edit.pdf>
- [4] H. J. Kim, "A study of high value-added upcycled handbag designs for the dubai luxury fashion market," vol. 14, no. 1, pp. 173–188, 2014, [Online]. Available: http://www.ksfd.co.kr/neowiz/board/up_files/files_1/2014_vol14_no1_11.pdf
- [5] S. M. Sabila and S. Putri, "Makna gaya hidup 'brand minded' pada konsumen sosialita," *Idea: Jurnal Humaniora*, vol. 1, no. 1, pp. 84–95, Oct. 2018, doi: 10.29313/IDEA.V0I0.4176.
- [6] A. Wulan Fahri Lumban Tobing, "Perilaku hedonisme pada wanita sosialita," *Indonesian Psychological Research*, vol. 2, no. 1, pp. 48–54, Jan. 2020, doi: 10.29080/IPR.V2I1.252.