

Metode Pengembangan Produk Kreatif Bahan Dasar Goni dan Jeans yang Bernilai Ekonomis Terapan Metode Service-Learning pada Penjahit di Kampung Jahit Pucang

Angelica Widjaja¹, Felicia Jane Thendean², Jovian Halim³, Catherina Putri⁴ I Made Bagus Dwi
Darmadi Laksana Putra Suardama⁵

Universitas Kristen Petra, Surabaya^{1*}
m41415005@john.petra.ac.id

Abstrak

Tekstil telah menjadi salah satu bagian penting dalam seluruh aspek kehidupan manusia karena digunakan sebagai kebutuhan sandang. Sebagai salah satu produk hasil jadi dari pengolahan material yang berasal dari alam, maka tekstil seharusnya dapat dimanfaatkan secara maksimal. Akan tetapi, penggunaan dan pemanfaatan bahan tekstil yang dilakukan saat ini masih menghasilkan banyak bekas, sisa potongan, dan limbah produksi dalam jumlah besar yang sangat berpotensi merusak lingkungan. Dua jenis bahan tekstil dengan limbah yang cukup banyak adalah kain goni dan denim.

Dalam menyikapi hal tersebut, salah satu hal yang dapat dilakukan adalah mengolah material bekas melalui proses daur ulang. Upaya pemberdayaan kembali material bekas dapat terwujud dengan melakukan pendekatan dengan metode yang cermat mulai dari pengolahan material dasar, penentuan jenis produk, produksi barang sampai dengan pemasaran. Dalam proses pemberdayaan bahan bekas, campur tangan tenaga yang berpengalaman sehingga produk yang dihasilkan memiliki kualitas yang baik. Tenaga kerja profesional yang dimaksudkan adalah penjahit yang menjadi mitra kerja kami adalah anggota dari UKM Kampung Penjahit Pucang Arjo Buntu, Surabaya. Kerjasama dengan anggota UKM ini dilakukan karena pengalaman mereka dalam menghasilkan produk jahit dengan kualitas yang baik dan bertujuan untuk menghidupkan kembali aktivitas anggota UKM Kampung Penjahit yang telah lama tidak beroperasi.

Kata kunci: Tekstil, pemberdayaan ulang, metode

1. Pendahuluan

Tekstil merupakan sebuah kebutuhan primer di dalam kehidupan. Tekstil dapat digunakan baik untuk tujuan fungsional maupun estetika atau dekorasi. Besarnya kebutuhan dan permintaan terhadap bahan tekstil mengakibatkan adanya peningkatan frekuensi dan kuantitas produksi tekstil melalui industri secara besar-besaran. Namun di sisi lain, pemanfaatan akan tekstil belum dapat dilakukan secara maksimal. Hal ini mengakibatkan banyaknya jumlah bahan tekstil bekas, yaitu sisa-sisa potongan bahan tekstil yang dapat dikategorikan sebagai limbah yang berpotensi merusak alam.

Kami mengusung motto "Bekas Jadi Berkelas", yang kami wujudkan dengan sebuah metode dalam mengolah kembali material yang tidak lagi digunakan terutama goni dan denim. Pengolahan produk dilakukan oleh sebuah

kelompok kerja yang tergabung dalam UKM Kampung Penjahit di Pucang Arjo dengan tujuan menghasilkan produk yang bernilai ekonomis dan layak untuk digunakan oleh masyarakat luas yang universal. Selain itu, dengan adanya kerjasama ini, kelompok kerja dari UKM Kampung penjahit dapat dihidupkan kembali, setelah sekian lama tidak terlalu aktif sejak UKM tersebut dinonaktifkan oleh pemerintah.

2. Kajian Pustaka (Pengertian)

2.1. Produk Kreatif

Definisi pada dimensi produk merupakan upaya mendefinisikan kreativitas yang berfokus pada produk atau apa yang dihasilkan oleh individu baik sesuatu yang baru/original atau sebuah elaborasi / penggabungan yang inovatif. "Creativity is the ability to bring something new

into existence" (Baron, 1976 dalam Reni Akbar-Hawadi dkk, 2001)

Definisi yang berfokus pada produk kreatif menekankan pada orisinalitas, seperti yang dikemukakan oleh Baron (1969) yang menyatakan bahwa kreatifitas adalah kemampuan untuk menghasilkan/menciptakan sesuatu yang baru. Begitu pula menurut Haefele (1962) dalam Munandar, 1999; yang menyatakan kreativitas adalah kemampuan untuk membuat kombinasi-kombinasi baru yang mempunyai makna sosial. Dari dua definisi ini maka kreatifitas tidak hanya membuat sesuatu yang baru tetapi mungkin saja kombinasi dari sesuatu yang sudah ada sebelumnya. (Sumiyarsih, 2013)

2.2. Goni

Karung goni merupakan bahan pembungkus yang terbuat dari bahan alami. Goni terbuat dari bahan serat alami. Beberapa serat yang dapat digunakan untuk membuat karung goni antara lain serat rosella (*Hybiscus sabdariffa*), serat knaf (*Hybiscus cannibicus*), serat jute (*Corchorus capsularis*) dan serat rami (*Boehmeria nivea*) (Sudiro 2004). Bahan serat alami tersebut merupakan bahan organik yang tidak mengganggu lingkungan, mudah menyerap air dan mempertahankan kelembaban. Kekuatan serat rami akan bertambah jika berada dalam keadaan basah (Sudiro 2004). Oleh sebab itu bahan – bahan tersebut juga digunakan untuk membuat tali tambat kapal dan alat penangkap ikan (Klust 1982).

Jute (goni) adalah serat yang didapat dari kulit batang tanaman *corchorus capsularis* dan *corchorus olitorius*. Tanaman jute (goni) yang ditanam untuk diambil seratnya mempunyai batang kecil, tinggi dan lurus. Tinggi pohon jute (goni) antara 1,5 sampai 4,8 meter dan rata-rata 3 sampai 3,6 meter dengan diameter batang 1,25 sampai 2 *centimeter*. (Soepri Jono dkk, 1974:63).



Gambar 1. Produk Goni
(Pxhere.com, 2017)

2.3. Jeans

Pertama kali diciptakan oleh Jacob Davis dan Levi Strauss pada 1873. Awalnya jeans didesain untuk para koboi dan pekerja kasar pada era 50-an. Tapi semakin populer tahun 80an hingga sekarang dan dikenakan mulai dari anak-anak, kalangan remaja hingga orang dewasa. Dari masyarakat umum, selebriti hingga pejabat kala ingin tampil casual. (Hestianingsih, 2012)

Jenis-jenis bahan jeans yang sering dijumpai adalah sebagai berikut:

1. **Dry denim** Jenis bahan ini lebih keras dan kaku, dalam pembuatan jeans bahan ini tidak melalui proses pencucian, namun seiring waktu bahan ini akan semakin lunak setelah pemakaian dan pencucian.
2. **Wash denim** Jenis bahan ini kebalikan dari dry, sebelum diproses menjadi jeans bahan ini terlebih dahulu dicuci sehingga warna dan teksturnya lebih cerah dan lentur.
3. **Pre-washed denim** jenis bahan ini sama dengan washed denim namun jenis bahan ini lebih menonjolkan garis lipatan pada celana jeans nya nanti dan lebih cerah pada titik tertentu.
4. **Stretch denim** kain denim jenis ini teksturnya lebih elastis dan lentur, jenis denim ini terbilang baru dan sering digunakan untuk membuat celana jeans untuk wanita. Lenturnya bahan ini karena dicampur dengan bahan elastis yaitu spandex.
5. **Poly denim** Nah jenis bahan ini lebih ringan dan cocok nantinya untuk anda jika ingin menghadiri acara formal atau semi formal, ringannya denim ini karna dicampur dengan bahan polyester. Bahan

poly denim ini lebih tipis sehingga lebih cepat kering ketika dicuci.

6. **Ramie denim** bahan denim ini dicampur dengan serat tanaman rami yang membuat bahan ini lebih halus, mengurangi kerutan kerutan pada kainnya, tidak mudah kotor dan mudah menyerap air sehingga lebih kuat ketika kena air. Dan selain itu jenis denim ini tidak mudah kehilangan bentuknya seiring waktu.
7. **Selvedge denim** Jenis denim ini dapat dilihat perbedaannya dengan jenis denim yang lain dari hasil tenunannya terdapat Pada bagian samping kain yaitu fungsinya untuk melindungi kain yang sudah ditenun agar tidak terlepas atau terdeder. (Jumagi, 2017)



Gambar 2. Celana Bahan Denim
(Jessica Booth, 2018)

2.4. Nilai Ekonomis

Nilai (*value*) bukan sesuatu yang riil, nilai sangat abstrak, nilai berasal dari persepsi konsumen mengenai berapa jumlah sebenarnya yang wajar jika dihargai dengan uang mengenai suatu produk yang dilihat dari mutunya. Nilai atau "value" dalam ekonomi diartikan sebagai "arti barang secara ekonomis", diantaranya: nilai pakai atau nilai tukar. Dalam Ethica dikenal nilai-nilai rohani, yaitu yang baik, benar dan indah. Nilai-nilai itu mempunyai sifat supaya direalisasikan dan disebut nilai aktual.

Menurut kamus besar bahasa Indonesia, nilai adalah harga dalam arti taksiran harga. Nilai adalah konsep yang sentral perannya dalam pemasaran. Kita dapat memandang pemasaran sebagai kegiatan mengidentifikasi, menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan dan memantau nilai pelanggan. Menurut Nicolai Hartmann, bahwa nilai adalah esensi, ide platonik. Kesalahan yang dibuat dalam penggabungan nilai dengan esensi sebagian disebabkan oleh pengacauan antara yang bukan realitas (tanda yang khas bagi nilai) dan identitas yang menandai esensi. Dalam

rangka menghindarkan pengacauan dimasa depan, baiklah kiranya untuk membedakan antara "nilai" dengan "benda". Benda adalah sama dengan sesuatu yang bernilai, yaitu sesuatu yang ditambah dengan nilai di dalamnya.

Value dibangun berdasarkan tiga unsur, yaitu:

1. **Product quality** adalah ukuran persepsi konsumen terhadap keunggulan kinerja (*performance*), keandalan (*reliability*), kesesuaian (*comformance*), dan keistimewaan (*features*) dari sebuah produk.
2. **Brand value** adalah ukuran persepsi konsumen terhadap tingkat prestise (*prestige*), dialog emosional dan spiritual, serta jaminan kualitas yang dinyatakan oleh produk sehingga memungkinkan perusahaan menghindari jebakan komoditas.
3. **Service quality** adalah ukuran persepsi konsumen terhadap kemampuan perusahaan dalam menyampaikan produk jasa kepada konsumen dengan ramah (*friendliness*), kesediaan membantu, ketanggapan dan ketepatan waktu yang melebihi kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan. Nilai mencerminkan sejumlah manfaat baik yang berwujud (Azizah, 2016)

3. Metode Perencanaan, Pengolahan dan Produksi

3.1. Totebag

3.1.1. Proses *Brainstorming*

Totebag benda yang mudah ditemukan pemakainya baik di kalangan anak muda maupun orang tua. Sehingga, kami berencana menciptakan *tote bag*. Dengan desain yang lebih

3.1.2. Survei dan Eksplorasi

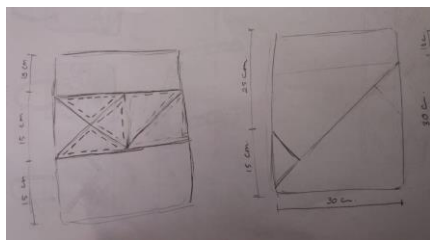
Pengamatan terhadap subyek sejenis dan pola-pola yang ada dilakukan untuk menghasilkan desain *tote bag* yang baik.

3.1.3. Rancangan Produk

Tahapan ini merupakan tahapan pematangan akan desain yang dibuat. Terdapat kendala yang dihadapi mulai dari biaya produksi hingga target pasaran. Sehingga, pada akhirnya desain dibuat dengan melihat potensi bahan dan kemampuan penjahit. Ukuran 30cm x 35cm.



Gambar 3 (kiri) dan 4 (kanan). Sketsa Tote Bag Brainstorming dan Sketsa Final Desain Totebag



Gambar 5. Detail Ukuran Tote Bag

3.1.4. Prototype

Sebelum diproduksi massal, dilakukan percobaan dengan membuat sebuah *tote bag*. Pada proses pengerjaan ditemukan kendala dalam prototype. Kain asahi awalnya digunakan sebagai furing namun diganti dengan kain blacu karena kain asahi yang tipis tidak dapat menahan beban yang berat. Selain itu, Tali tas awalnya dibuat dari bahan goni diganti karena dapat membuat gatal saat memakainya.



Gambar 6. Prototype Tote Bag

3.1.5. Survey Kelayakan Produk

Pemasaran dilakukan secara online maupun secara langsung dilakukan di bazaar abbit market yang diselenggarakan di Galaxy Mall. Dalam pemasaran didapatkan bahwa pemasaran secara online lebih diminati.

3.2. Clutch

3.2.1. Proses Brainstorming

Awalnya, bahan yang akan digunakan sebagai pendamping bahan goni adalah kain perca, yaitu kain sisa guntingan yang berasal dari pembuatan pakaian, kerajinan atau produk tekstil lainnya. Kain perca akan didapatkan melalui penjahit-penjahit pakaian di sekitar wilayah Pucang. Kain perca akan memberikan tampilan yang menarik, dan juga estetis.

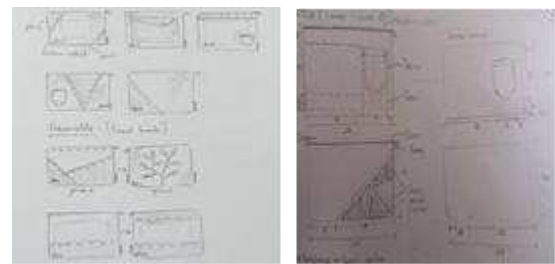
3.2.2. Survei dan Eksplorasi

Selanjutnya, kami melakukan survei terhadap tren produk goni dan produk-produk sejenis melalui pengamatan sekitar dan internet. Kami mencari inspirasi desain produk, motif, dan ukuran yang sesuai untuk target market dan tren pasar.

3.2.3. Rancangan Produk

Tahap ketiga adalah perancangan bentuk, motif, dan ukuran produk. Desain setiap *clutch* dibuat *stylish* tetapi tetap sederhana agar mudah dipadupadankan dengan *outfit* apapun oleh sang pengguna. Motif yang digunakan bersifat universal, sehingga dapat menjangkau lebih banyak *target market*. Ukuran produk cukup besar, yaitu 30 x 35 cm, sehingga dapat digunakan untuk membawa cukup banyak barang..

3.2.4. Prototype



Gambar 7 (kiri) dan 8 (kanan). Sketsa Ide dan Detail Clutch

Sebelum memasuki proses produksi massal, dilakukan uji coba dengan membuat sebuah *clutch* dengan ukuran 25 x 15 cm. Setelah proses pembuatan *prototype* selesai, kami mengadakan survei terhadap beberapa orang yang termasuk dalam target market, dan mendapatkan respon positif, baik terhadap desain maupun ukuran produk. Oleh karena itu, kami memutuskan untuk membuat 2 varian ukuran, yaitu ukuran besar dan kecil.



Gambar 9. Prototype Clutch

3.2.5. Survei Kelayakan Produk

Kemudian, kami melakukan penawaran produk kepada teman, kolega, dan masyarakat sekitar tempat tinggal untuk mengetahui kelayakan harga jual. Dari hasil kegiatan tersebut, kami mendapat kesimpulan untuk menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan harga jual dan juga pengembangan desain pada produk.

3.3. Tas Laptop

3.3.1. Proses *Brainstorming*

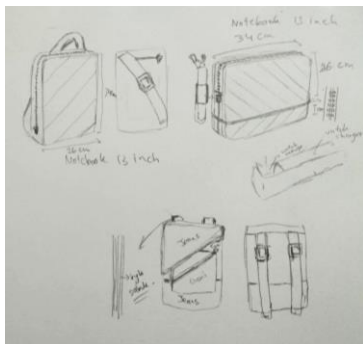
Melihat tingginya tingkat penggunaan laptop di kalangan pelajar. Kami berencana untuk menyediakan tas laptop dari bahan goni dengan memakai ukuran laptop 15 inch.

3.3.2. Survei dan Eksplorasi

Setelah menentukan dimensi tas laptop yang akan dibuat, kami melakukan survei tentang tas laptop dari goni dan melakukan eksplorasi terhadap produk tas laptop dan tas laptop dari goni.

3.3.3. Rancangan Produk

Tahapan rancangan Produk dilakukan dengan menunjukkan sketsa produk dan kemudian, mendiskusikan desain dan biaya untuk pembuatan produk. Dari hasil diskusi, kami memutuskan untuk tidak merealisasikan tas laptop goni karena dibutuhkan material penguat dan proses pengerjaan yang akan lebih memakan waktu.



Gambar 10. Sketsa Tas Laptop

3.4. Tas Jinjing

3.4.1. Proses *Brainstorming*

Dalam mendesain tas jinjing, proses memikirkan bentuk, bahan dan motif dilakukan terlebih dahulu. Bentuk dibuat sesuai dengan menentukan konsumen yang dituju. Bahan yang akan digunakan adalah kain perca, kulit sintetis atau jeans bekas.

3.4.2. Survei dan Eksplorasi

Setelah menentukan target konsumen dan material yang akan digunakan tahapan selanjutnya adalah mencari produk sejenis sebagai pembandingan dan mencari inspirasi untuk pengembangan bentuk desain.

3.4.3. Rancangan Produk

Tahapan perancangan bentuk tas dan komposisi yang diinginkan. Setelah sketsa bentuk dan komposisi tas telah selesai maka desain tersebut dibawa untuk didiskusikan bersama dengan penjahit mengenai kelayakan desain, material dan pengeluaran untuk merealisasikan desain tas. Pada tahapan ini, kami memutuskan untuk tidak memproduksi tas jinjing.



Gambar 11. Sketsa Tas Jinjing

3.5. Sarung bantal

3.5.1. Proses *Brainstorming*

Sarung bantal terdapat dengan fungsi 2 in 1. Awal dari ide ini merupakan tas clutch lipat dimana dapat dimultifungsikan menjadi bantal ruang tamu.

3.5.2. Survei dan Eksplorasi

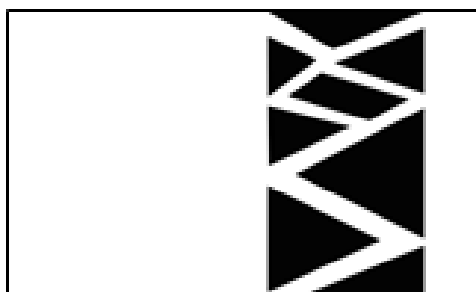
Survey yang dilakukan dijadikan acuan dalam pembuatan motif desain produk. Selain itu, dilakukan survey peminatan terhadap beberapa pria dan wanita terhadap produk yang dipasarkan nantinya.

3.5.3. Rancangan Produk

Perancangan motif dari produk bantal dilakukan dengan berdiskusi pihak kami dan penjahit. Setelah didiskusikan motif yang dipilih merupakan motif abstrak yang disusun sedemikian rupa hingga menarik. Hal ini, disebabkan keterbatasan akan bahan jeans.

3.5.4. Prototype

Sebelum diproduksi secara massal dilakukan uji coba terlebih dahulu terhadap ukuran dan motif dari bantal. Pertimbangan akan ukuran dan motif didasari pada produk yang selain dapat dijadikan produk *fashion* juga dapat dijadikan produk aksesoris ruang tamu.



Gambar 12. Sketsa Sarung Bantal

3.5.5. Survei Kelayakan Produk

Survey dilakukan dengan menawarkan produk bantal ini secara online dan penjualan di bazaar abbit market. Dari hasil pemasaran yang ada, kami jadikan pertimbangan dalam pengembangan produk ini.

3.6. Tempat Pensil

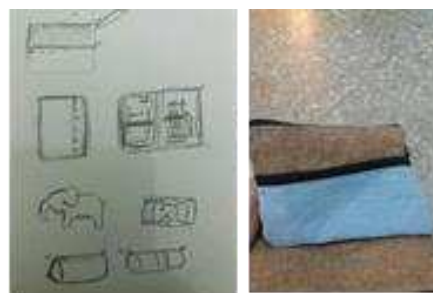
3.6.1. Proses *Brainstorming*

Dalam mendesain tempat pensil, proses memikirkan bentuk, bahan dan motif dilakukan terlebih dahulu. Bentuk dibuat sesuai dengan ukuran yang ada di pasaran. Bahan yang akan digunakan adalah kain perca, dan kain jeans bekas.

3.6.2. Survei dan Eksplorasi

Setelah berdiskusi dengan UKM yang bersangkutan, kami memutuskan untuk tidak melanjutkan produk kotak pensil. Hal tersebut dikarenakan tidak terlalu berpotensi dibandingkan dengan produk clutch.

3.6.3. Rancangan Produk



Gambar 13 (kiri) dan 14 (kanan). Sketsa Kotak Pensil dan Hand Bag

3.7. Buku Notes

3.7.1. Proses *Brainstorming*

Desain notes dibuat karena terdapat bahan sisa goni yang digunakan.

3.7.2. Survei dan Eksplorasi

Setelah menentukan target konsumen dan material yang akan digunakan tahapan selanjutnya adalah mencari produk sejenis sebagai pembandingan dan mencari inspirasi untuk pengembangan bentuk desain.

3.7.3. Rancangan Produk

Tahapan perancangan desain notes didiskusikan bersama penjahit. Penjahit menyarankan kepada kami untuk membuat sendiri notes agar biaya produksi dapat diminimalkan.

3.7.4. Prototype

Dari percobaan yang dilakukan, kami memutuskan untuk membuat cover notes yang sederhana dengan menempelkan goni dengan lem. Kemudian goni diukur dan dilipat secara rapi terlebih dahulu untuk kemudian ditempelkan pada bagian cover.

3.7.5 Survei Kelayakan Produk

Pemasaran dilakukan secara online maupun secara langsung dilakukan di bazaar abbit market yang diselenggarakan di Galaxy Mall. Dalam pemasaran didapatkan bahwa penjualan notes dengan layanan sketsa menarik banyak minat pembeli.



Gambar 15 dan 16. Sketra rancangan cover notes (kiri) dan desain notes yang dipasarkan (kanan)



Gambar 20 (kiri atas), 21 (kanan atas), 22 (kiri bawah), 23 (kanan bawah). Brosur dan Kartu Nama

3.7.6. Perencanaan kualitas dan kuantitas produk

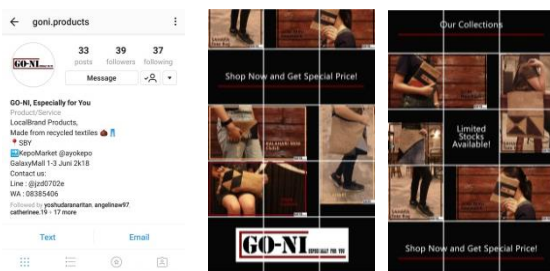
Dalam tahap ini, kami melakukan penghitungan terhadap biaya bahan baku material, jasa, target keuntungan yang akan diperoleh. Angka tersebut kemudian dibandingkan dengan harga layak jual yang dikemukakan oleh mayoritas orang yang menjadi responden atas hasil *prototype* yang dibuat.

4. Pembahasan Hasil

Hasil dari proses dilakukan dalam memproduksi dan memasarkan produk dengan label GO-NI dapat diuraikan dari data berikut :

4.1. Pemasaran Produk

Pemasaran produk dilakukan dengan mengikuti market dan secara online. Sedangkan untuk media publikasi, GO-NI menggunakan akun instagram untuk menampilkan jenis dari produk yang dijual



Gambar 17 (kiri), 18 (tengah), dan 19 (kanan). Pemasaran Melalui Media Instagram



4.2. Produk yang dipasarkan

Tabel 1: Produk yang dipasarkan (Nama, gambar ilustrasi, harga)

Nama Produk	Ukuran	Modal	Harga jual
Totebag	35 cm x 40 cm	60.000	85.000
Clutch Besar	30 cm x 35 cm	55.000	75.000
Clutch Kecil	25 cm x 15 cm	40.000	65.000
Bantal	40 cm x 25 cm	40.000	65.000
Notebook Besar	14.8 cm x 21 cm(A5)	28.000	45.000
Notebook Kecil	10.5 cm x 14.8 cm (A6)	18.000	35.000

4.3. Produk terjual

Tabel 2: Produk terjual (stok dan jumlah terjual maket dan online)

Nama Produk	Stok Barang	Terjual di Market	Tujuan di Online
Tote Bag	11 buah	3 buah	8 buah
Clutch Besar	3 buah	1 buah	2 buah
Clutch Kecil	17 buah	7 buah	10 buah
Bantal	6 buah	3 buah	3 buah
Notebook Besar	5 buah	4 buah	1 buah
Notebook Kecil	10 buah	5 buah	5 buah

4.4. Respon Konsumen dan calon konsumen (Pembagian konsumen dari market : dalam negeri dan luar negeri serta respon terhadap produk)

Dalam menanggapi produk olahan bahan bekas. Masyarakat luar negeri (yang berkunjung ke *market*) beranggapan produk dengan konsep memberdayakan bahan bekas merupakan produk yang menarik dan berpeluang tinggi untuk dipasarkan. Namun, masyarakat umum dalam negeri Indonesia masih beranggapan bahwa produk yang bagus merupakan produk yang menggunakan bahan baru dan tidak

memikirkan dampak dari penggunaan bahan baru yang terus menerus sehingga produk dari bahan bekas menjadi kurang menarik bagi masyarakat dalam negeri Indonesia.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil yang didapatkan dari proses melakukan pemberdayaan kembali goni dan jeans bekas sebagai produk bernilai jual merupakan hal yang mungkin untuk dilakukan. Terdapat beberapa faktor yang harus diperhatikan yaitu Jenis produk yang akan dipasarkan, kualitas dari produk yang dihasilkan, tenaga pengelola yang sebaiknya menggunakan jasa profesional pada bidangnya, serta target konsumen.

6. Penghargaan

Ucapan terimakasih kami ucapkan kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, atas rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan jurnal ini dengan baik.
2. Dosen Pembimbing Ibu Yusita Kusumarini dalam membimbing mata kuliah creativepreneurship yang menjadi wadah proyek GO-NI yang digunakan pada penelitian ini.
3. Bapak Bambang, selaku pemilik perusahaan PT. Shanghai Dua Ikan, sebagai penyedia bahan karung GO-NI.
4. Bapak Aris sebagai penyedia bahan potongan kain jeans.
5. Ibu Budi Arti Setiarini sebagai partner dalam jasa penjahitan.

7. Daftar Pustaka

- Azizah, Siti. (2016). Analisis Nilai Tambah Ekonomi Pengelolaan Sampah dalam Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Kasus Bank Sampah Cendekia Desa Papringan Kecamatan Kaliwungu Kabupaten Kudus). *Skripsi thesis*. STAIN Kudus. Kudus.
- Hestianingsih. (2012). Jenis-jenis Jean: Teknik Pencucian & Efek yang Dihasilkan, *Wolipop Lifestyle*, dilihat 24 Agustus 2018, <
<https://wolipop.detik.com/read/2012/11/20/080139/2095258/233/jenis-jenis-jeans-teknik-pencucian--efek-yang-dihasilkan>>
- Jumaigi, Hario (2017). *7 Jenis Bahan Jeans Yang Bisa Di Gunakan Sesuai Dengan Kebutuhan Gayamu*, Antv Klik, dilihat 24 Agustus 2018,

<<https://www.antvklik.com/lifestyle/7-jenis-bahan-jeans/2>>.

- Ningsih, Ayu. (2015). Pemanfaatan Karung Goni Sebagai Bahan Pembuatan Sepatu Wanita. *Tugas Akhir Karya Seni*. Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta.
- Santoso, R. N. B. (2009) Karung Goni Sebagai Alternatif Pengganti Terumbu Karang Dalam Pengoperasian Bubu Tambun di Perairan Pulau Karang Beras, Kepulauan Seribu. *Skripsi*. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Sumiyarsih. (2013). *Pengembangan Produk Kreatif sebagai Wadah Pengembangan Kreativitas Desain di PPPPTK Seni dan Budaya*, Jurnal P4TKSB Jogja.