

REDESAIN *POUCH* KANVAS *PATTERN* MORFANA CREATIVE

Taryn Nurani Purnama, Bayyinah Nurrul Haq, Noverdi Bross*)

Abstract

Redesign of Morfana Creative Canvas Pouch Patterns. The focus of this study is to redesign canvas pouches based on the evaluation results of existing canvas bag products on Morfana Creative. Morfana Creative manufactures bags with the concept of canvas pattern bags. The goal is to redesign existing products with different models without losing their characteristics for new market segments. Target audience for design is 18-25 years old women. This study uses the SCAMPER method and several analyzes using the SWOT, BCG, and Benchmark Wheel analysis methods. The results of this study are that each product has a cycle in its development, does not mean the product is in a cow position, such as a pouch that will be redesigned with the latest model in accordance with the results of the recommendations that have been determined.

Keywords: Re-design, pouch, canvas, digital printing, Morvana Creative

Abstrak

Redesain Pouch Kanvas Pattern Morfana Creative. Fokus penelitian ini diarahkan untuk redesain *pouch* kanvas berdasarkan hasil evaluasi produk tas kanvas yang ada pada Morfana Creative. Morfana Creative ini memproduksi tas dengan konsep tas kanvas *pattern*. Tujuannya adalah redesain produk yang sudah ada sebelumnya dengan model yang berbeda tanpa menghilangkan ciri khasnya untuk segmen pasar yang baru. Target audiens perancangan ini adalah wanita usia 18-25 tahun. Penelitian ini menggunakan metode SCAMPER dan beberapa analisis dengan menggunakan metode analisis SWOT, BCG, dan *Benchmark Wheel*. Hasilnya dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa setiap produk memiliki siklus dalam perkembangannya, tidak berarti produk tersebut berada di posisi *cow*, seperti *pouch* yang akan diredesain dengan model terbaru sesuai dengan hasil rekomendasi yang sudah di tentukan.

Kata kunci: redesain, pouch, kanvas, digital printing, Morvana Creative

*) Mahasiswa dan Dosen Universitas Trilogi
e-mail: taryn63nurani.p@gmail.com , bayyinah.nh@trilogi.ac.id , noverdi.bross@trilogi.ac.id

Pendahuluan

Sektor di bidang industri kreatif akan menjadi tulang punggung perekonomian di Indonesia. Hal ini disebabkan karena negara Indonesia tidak bergantung lagi pada eksploitasi sumber daya alam yang sumbernya semakin terbatas. Industri kreatif kekuatannya lebih bergantung pada keunggulan sumber daya manusia. Menurut Departemen Perdagangan Republik Indonesia tahun 2008, menjelaskan bahwa industri kreatif adalah industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan dan bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut. Menurut BEKRAF, terdapat 16 sub sektor industri kreatif yang salah satunya adalah di bidang *fashion*.

Banyak yang mencoba untuk melakukan perubahan dalam strategi maupun pengukuran dari kualitas untuk membantu manajemen dalam memahami proses dan produk yang baik. Pengalaman itu pulalah yang dialami Presi Mandari, *founder* label tas kanvas Sackai Bags. Terutama tas berukuran besar yang sederhana, namun fungsional. Pengembangan desain tas kanvas tersebut dimulai dengan menemukan bahan-bahan kanvas berkualitas dengan harga terjangkau di pasar. Hasil kreasi tas tersebut kemudian dipergunakan ke luar rumah, termasuk pergi ke kantor. Lama kelamaan makin banyak kenalannya yang ingin memiliki tas itu, dan meminta dibuatkan.

Berdasarkan kondisi yang dipaparkan di atas, fokus penelitian ini diarahkan untuk redesain *pouch* kanvas berdasarkan hasil evaluasi produk tas kanvas yang ada pada Sackai Bag. Sackai Bag ini memproduksi tas dengan konsep tas kanvas *pattern*. Adapun identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut. Sackai Bag tidak punya target rutin khusus meluncurkan koleksi-koleksi terbaru dan terkadang mereka justru diingatkan dengan stok barang yang menipis. Dengan adanya dukungan penuh dari orang-orang sekitar juga membuat mereka semakin semangat dalam menjalani bisnis tersebut. Tak hanya melalui respons positif, berbagai kritik dari konsumen yang membangun juga mereka dapat. Ke depannya mereka berharap Sackai Bag bisa memperluas pasarnya. Mereka akan berusaha agar konsep label mereka tidak hilang meski adanya perluasan pasar. Dengan cara membaca kebutuhan pasar yang lebih luas hingga mempertahankan kualitas produk yang dihasilkan.

Metode

Dalam penelitian ini digunakan sebuah pendekatan yang dikenal dengan pendekatan kualitatif. Pada pendekatan kualitatif terdapat aspek teknik untuk pengumpulan data, yang pada umumnya menggunakan teknik observasi partisipatif dan wawancara mendalam. Pendekatan kualitatif adalah suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia. Pendekatan kualitatif ini bertujuan untuk memperoleh data yang lebih dalam, mengembangkan teori, dan menggambarkan realitas dan kompleksitas fenomena yang diteliti.

Dalam proses pendekatannya menggunakan metode studi literatur, dengan cara melakukan wawancara dengan pemilik toko. Metode ini yang digunakan dalam laporan studio mata kuliah Desain Produk IV untuk redesain *pouch* kanvas *pattern* Morfana Creative untuk wanita usia 18 – 25 tahun dan mencari kesimpulan berdasarkan data yang didapat untuk memecahkan masalah. Teknik pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini adalah menggunakan pengumpulan data, dengan metode sebagai berikut.

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Mengumpulkan data dengan survei lapangan yang ada hubungan dengan masalah yang diteliti. Jenis penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan data primer, terdiri dari observasi dengan pengumpulan data yang dilakukan menggunakan cara meninjau atau mengunjungi UKM yang bersangkutan secara langsung, untuk mencatat informasi yang berkaitan dengan masalah yang diteliti serta wawancara dilakukan dengan tanya jawab kepada pemilik dari Morfana Creative. Hal ini dilakukan untuk menggali, mengumpulkan dan menemukan informasi yang dibutuhkan.

2. Studi Kepustakaan (*Library Research*)

Pengumpulan data atau informasi yang dilakukan dengan cara membaca dan mempelajari literatur yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Studi kepustakaan diperoleh dari jurnal dan *e-book* yang berkaitan dengan konteks permasalahan. Banyak data diperoleh dari buku-buku dan jurnal. Adapun jurnal yang dijadikan sumber data yaitu tentang *pouch*. Studi pustaka yang dilakukan merupakan studi berbagai literatur mengenai *pouch*, kain kanvas, dan digital printing.

Teknik Analisis Data

Data dikumpulkan dalam aneka macam cara salah satunya dengan cara observasi, dan wawancara dan biasanya diproses terlebih dahulu sebelum siap digunakan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian akan menggunakan beberapa teknik analisis data, karena membutuhkan rekomendasi strategis perusahaan dan pengembangan produk. Teknik analisis data tersebut mencakup sebagai berikut.

A. Analisis SWOT

Dalam analisis SWOT, hal pertama yang harus dilakukan dengan membuat diagram matrik 4 x 4. Mulai dari *Strenghts* di pojok kiri atas, *Weakness* di pojok kanan atas, *Opportunities* di pojok kiri bawah dan *Threats* di pojok kanan bawah, langkah selanjutnya adalah menentukan komponen *Strenghts*, menentukan komponen *Weakness*, menentukan komponen *Opportunities* dan menentukan komponen *Threats* (Suryati, 2015).

B. Analisis IFAS & EFAS

1. IFAS

- a. Masukkan faktor-faktor kekuatan dan kelemahan pada Tabel IFAS kolom 1 (Rangkuti, 2001: 22).
- b. Berikan bobot masing-masing faktor strategis pada kolom 2, dengan skala 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting) (Rangkuti, 2001: 22).
- c. Berikan nilai (*rating*) pada kolom 3 untuk masing-masing faktor dengan skala

mulai dari 10 (sangat kuat) sampai dengan 1 (lemah), berdasarkan pengaruh faktor tersebut variabel yang dianalisis.

- d. Kalikan bobot dengan nilai (*rating*) untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4.
- e. Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor bobot faktor yang dianalisis.

2. EFAS

- a. Masukkan faktor-faktor peluang dan ancaman pada Tabel EFAS, kolom 1 (Rangkuti, 2001: 22).
- b. Berikan bobot masing-masing faktor strategis pada kolom 2, dengan skala 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting).
- c. Berikan nilai (*rating*) dalam kolom 3 untuk masing-masing faktor dengan skala mulai dari 10 (sangat kuat) sampai dengan 1 (lemah), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi bersangkutan.
- d. Kalikan bobot dengan nilai (*rating*) untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4.
- e. Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan faktor yang dianalisis.

C. Analisis T – O – W – S (SWOT)

Langkah untuk membuat analisis TOWS dengan cara koreksi antar dua kuadran yang terdapat pada analisis SWOT untuk kemudian membuat strategi yang dapat dijalankan, berikut adalah dengan langkah Strategi SO (*Strength-Opportunities*). Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang yang sebesar besarnya. Strategi ST (*Strengths-Threats*) adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman. Strategi WO (*Weaknesses-Opportunities*) diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. Strategi WT (*Weaknesses-Threats*) dibuat berdasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman (Freddy, 2006).

D. Analisis BCG

Berikut ini adalah langkah-langkah dalam menganalisis produk atau unit bisnis dengan menggunakan Matriks BCG, yaitu: Pilih Unit atau Produk yang ingin dianalisis, tentukan Pasar (*Market*), menghitung Pangsa Pasar Relative (*Relative Market Share*), ketahuilah Tingkat Pertumbuhan Pasar (*Growth Market Rate*), dan menggambar Siklus di Matriks BCG.

E. *Benchmark Wheel*

Langkah untuk mengerjakan *benchmark* sebagai berikut.

Terdapat lima tahapan proses *benchmarking* yang biasa disebut dengan *benchmarking wheel* (Paulus & Devie, 2013: 39-49):

1. *Plan*: Melakukan penilaian performa perusahaan sesuai periode yang telah ditentukan serta menetapkan kinerja perusahaan yang akan dibandingkan dengan perusahaan yang dipilih untuk menjadi acuan kinerja perusahaan.
2. *Search*: Mencari perusahaan yang paling potensial sebagai mitra untuk melakukan *benchmark*.
3. *Observe*: Mengumpulkan berbagai informasi mengenai faktor-faktor kunci sukses dari perusahaan *benchmark* sebagai acuan kinerja perusahaan.
4. *Analyze*: Melakukan analisis terhadap informasi yang telah dikumpulkan dari perusahaan *benchmark* untuk melihat perbandingan perbedaan kinerja dengan perusahaan tersebut.
5. *Adapt*: Menyusun serta mengimplementasikan program perbaikan kinerja perusahaan dan melakukan evaluasi terhadap program perbaikan kinerja perusahaan yang telah diimplementasikan.

Proses desain

A. Metode Perancangan

Metode ini menggunakan metode SCAMPER, yaitu: *Substitute* (pengganti), *Combine* (kombinasi), *Adapt* (beradaptasi), *Modify* (modifikasi), *Put to another use* (penggunaan kembali), *Eliminate* (menghilangkan), dan *Reverse* (memutar/membalikkan).

B. Penyusunan Konsep Desain

Konsep desain akan dibuat setelah terdapat hasil dari analisis, rekomendasi strategi yang telah disusun dan tren.

C. Pengembangan Alternatif

Alternatif sudah didapat setelah membuat beberapa sketsa desain dan dipilih salah satu dan dikembangkan kembali.

D. Produk Terpilih

Sketsa dan konsep yang sudah di konsultasikan dengan dosen pembimbing dan *Owner* UMKM untuk diperbaiki lalu dipilih menjadi desain akhir.

E. Proses Produksi

Desain yang sudah dipilih dibuat gambar teknik, pembelian bahan dan diproduksi di vendor UKM terpilih.

Tinjauan Pustaka

a. Redesain

Dalam ilmu desain produk terdapat beberapa istilah yang dipakai dalam merancang sebuah produk salah satunya yaitu redesain. Redesain berasal dari kata *re-design* yang terdiri dari dua kata yaitu *re* dan *design*. Dalam Bahasa Inggris *re* adalah melakukan pengulangan jadi *re-design* dapat diartikan sebagai desain ulang. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, redesain sendiri diartikan sebagai rancangan ulang dari produk sebelumnya.

b. *Pouch*

Pouch kata yang pertama kali dituturkan di Inggris pada abad pertengahan awal dengan Bahasa Inggris dan saat ini merupakan penyebutan yang paling mudah di seluruh dunia. *Pouch* memiliki tiga arti yaitu saku, tas dan kantong. Tas *pouch* adalah wadah atau tempat yang berfungsi untuk menyimpan barang agar mudah untuk dibawa kemana-mana.

c. Pengertian Kain Kanvas

Kain kanvas merupakan jenis kain yang memiliki serat tebal serta sifatnya yang kuat. Awalnya, kanvas lebih banyak digunakan untuk melukis. Namun seiring dengan perkembangan zaman, bahan ini semakin berkembang penggunaannya menjadi bahan dasar salah satunya untuk tas.

d. *Digital Printing*

Digital Printing pada tekstil berarti mencetak motif apa pun secara digital pada kain atau tekstil. Secara teknis ada dua cara untuk mencetak motif pada tekstil, yaitu pencetakan langsung (mencetak motif pada tekstil secara langsung) dan pencetakan tidak langsung (gunakan media perantara, dalam hal ini biasanya kertas transfer). (Sumber: <http://www.digitalprintingindonesia.com/> lebih jauh - the - digital - textile / diunduh pada 6 Februari 14: 45 GMT) (Andriana, S.Ds., M.Ds., 2017).

Hasil dan Pembahasan

Konsep Desain

Konsep desain meliputi 1 set produk yaitu tas, *pouch* dan *straps*. Tas ini memiliki fitur pada bagian dalam terdapat ritsleting dan saku pada bagian luar (tempat *handsanitisier* dan lainnya). Terdapat gantungan/*charm* bentuk lemon dan terdapat handel yang dapat digunakan menjadi *handbag*. Dengan ukuran 33 cm x 23 cm x 11 cm, menggunakan bahan *Canvas Printing* dengan *pattern* buah yang warna *colorfull* pada bagian luar dan pada bagian dalam bahan *suede*, ritsleting YKK, ring D pada sisi kiri dan kanan.

Pouch ini memiliki fitur pada bagian dalam (tempat bedak, lipstik dan parfum kecil pada sisi belakang) dan saku bagian luar. Dengan ukuran 13 cm x 12,5 cm x 6 cm, *pouch* ini menggunakan bahan *Canvas Printing* dengan *pattern* buah warna *colorfull* pada bagian luar dan pada bagian dalam bahan *suede*, ritsleting YKK. *Straps* dengan ukuran 100 cm x 5 cm yang dapat dipanjangkan dan dipendekkan, menggunakan bahan *Canvas Printing* dengan *pattern* buah yang berwarna *colorfull* pada bagian luar dan kaitan.

Produk ini diperuntukan untuk wanita usia 18 – 25 tahun yang berdomisili di Jabodetabek hingga luar kota, untuk mahasiswa, pekerja kantoran dan perekonomian menengah ke atas. Produk ini di jual di *online shop* milik Morfana dan Tokopedia, *departement store* dan *outlet* dengan kisaran harga Rp 350.000,- per 1 set.

Pengembangan Ide

Pengembangan konsep ini menggunakan 3 jenis proses dari metode *SCAMPER*, yaitu:

a. *Combine*:

Gagasan, bahan, fitur, proses, orang, produk atau komponen yang dapat saya gabungkan?



Gambar 1. *Pouch* Morfana Creative
(Sumber: Instagram Morfana Creative)

Pada produk Morfana, hanya dengan bentuk setengah lingkaran dan tidak ada fitur lainnya. Sedangkan pada produk Liunic, terdapat tali di atas *pouch* dan dapat dibawa kemana saja dengan cara digantungkan ke leher. Pada produk redesain akan ditambahkan tali di samping *pouch*.

b. *Adapt*:

Bagian mana pada produk yang bisa saya ubah?



Gambar 2. *Pouch* Morfana Creative
(Sumber: Instagram Morfana Creative)

Bentuk yang sama semua yaitu setengah lingkaran dan tidak terdapat bentuk yang lain. Sedangkan pada produk Liunic, bentuknya kotak dan lingkaran dan ukurannya berbeda. Pada produk redesain akan diubah bentuknya menjadi kotak.

c. *Modify*:

Bisakah saya menambahkan fitur tambahan?

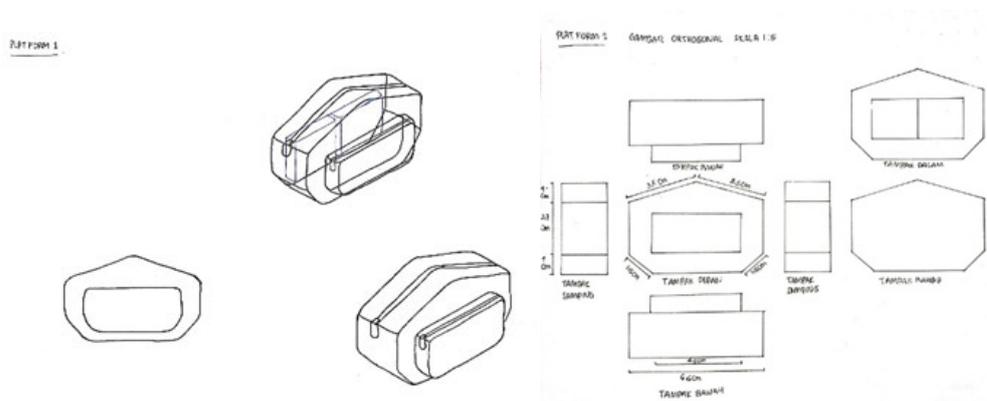
Bisakah saya bisa melebihi bagian-bagian tertentu?



Gambar 3. *Pouch* Liunic On Things
(Sumber: Instagram Liunic On Things)

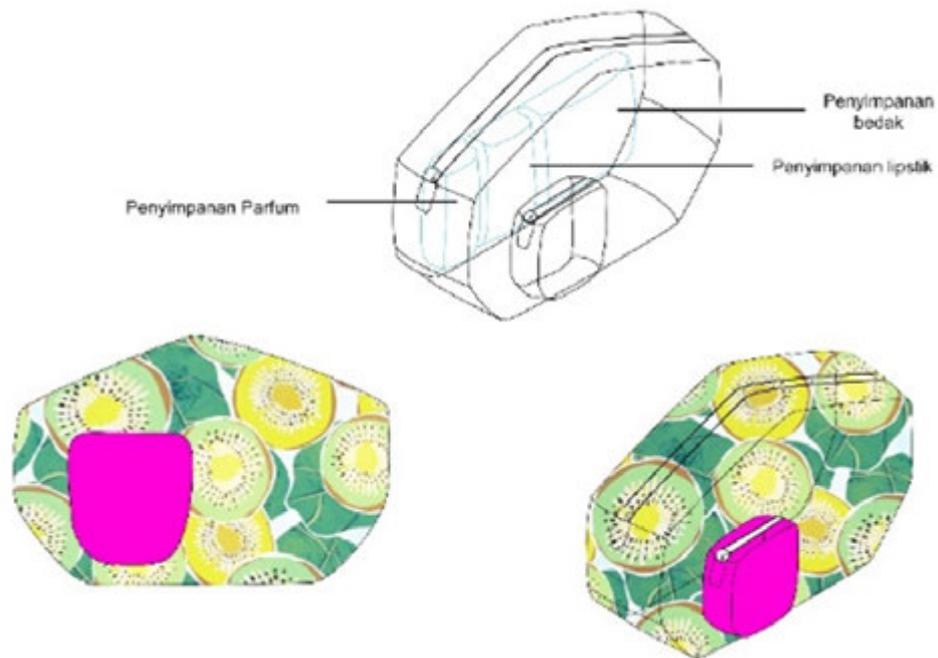
Pada produk Morfana tidak terdapat fitur lain. Sedangkan pada produk Liunic, terdapat fitur untuk menggantung *pouch* pada leher dan ukurannya yang berbeda. Pada produk redesain yang akan dibuat akan ditambahkan tali pada sisi samping dan ukurannya yang di tambahkan menjadi lebar.

Pengembangan Desain



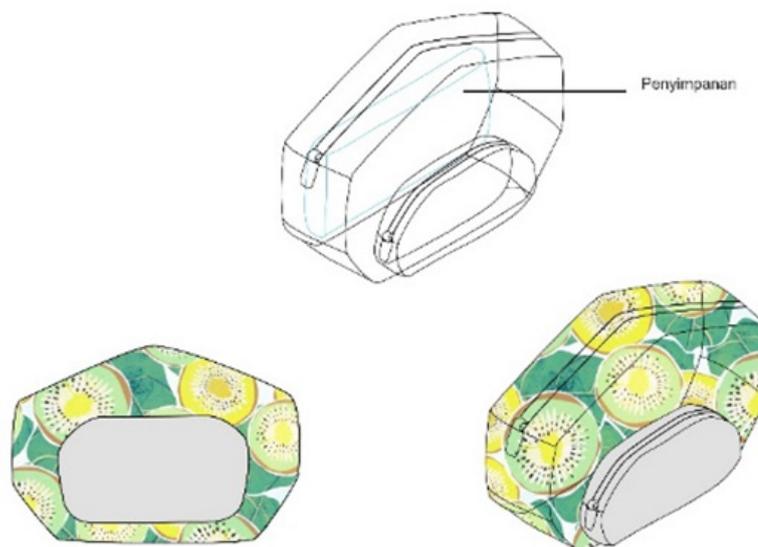
Gambar 4. Gambar *Platform* 1 dan Gambar *Orthogonal Platform* 1
(Sumber: Taryn Nurani Purnama, 2020)

Platform 1 *pouch* dengan bentuk *pentagon* dan *hexagon* dan pada bagian saku dengan bentuk setengah *rounded rectangle* dengan ukuran 33 x 23 x 11 cm. Bahan yang digunakan yaitu *Canvas Digitalprint* pada bagian luar, bahan *suede* pada bagian dalam, dan ritsleting YKK.



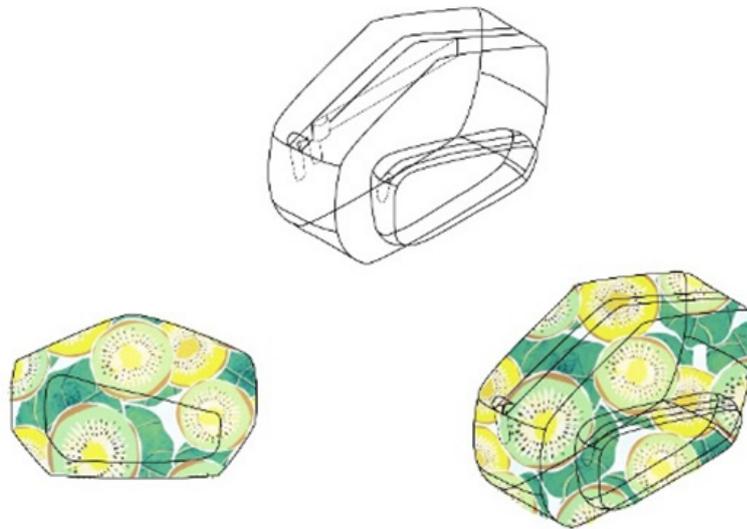
Gambar 5. Gambar Alternatif A *Platform* 1
(Sumber: Taryn Nurani Purnama, 2020)

Gambar Alternatif A terdapat tempat penyimpanan (bedak, lipstik dan parfum) di bagian dalam dan terdapat tempat saku di bagian depan.



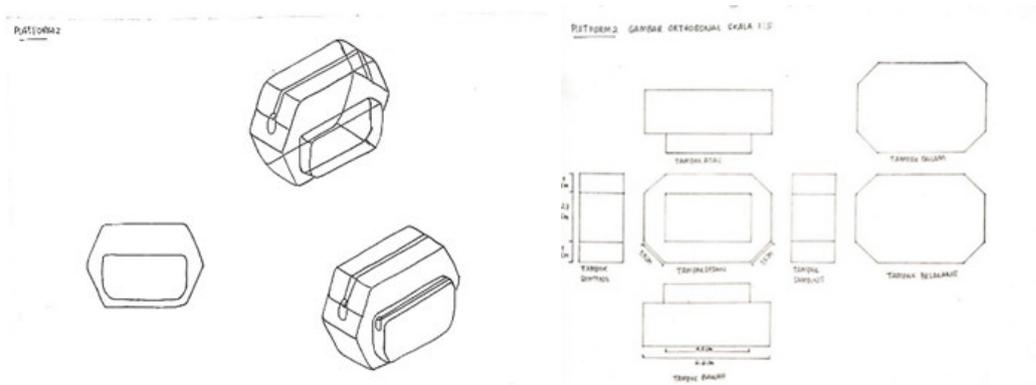
Gambar 6. Gambar Alternatif B *Platform* 1
(Sumber: Taryn Nurani Purnama, 2020)

Gambar Alternatif B terdapat tempat penyimpanan tanpa sekat di bagian dalam dan terdapat tempat saku di bagian depan.



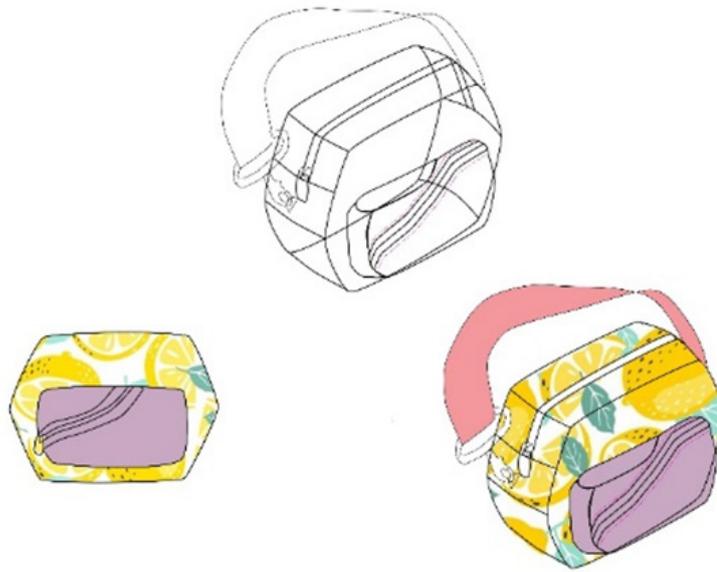
Gambar 7. Gambar Alternatif C *Platform* 1
(Sumber: Taryn Nurani Purnama, 2020)

Gambar Alternatif A terdapat tempat penyimpanan dengan menggunakan ritsleting di bagian dalam dan terdapat tempat saku di bagian depan.



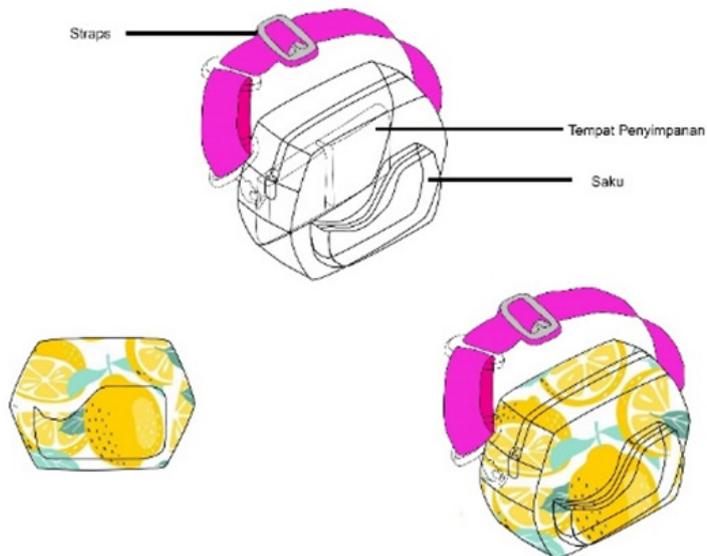
Gambar 8. Gambar *Platform* 2 dan Gambar Orthogonal *Platform* 2
(Sumber: Taryn Nurani Purnama, 2020)

Platform 2 pouch dengan bentuk segilima dan setengah *rounded rectangle* pada bagian saku dengan ukuran 33 x 23 x 11 cm. Bahan yang digunakan yaitu *Canvas Digitalprint* pada bagian luar, bahan *suede* pada bagian dalam, dan ritsleting YKK.



Gambar 9. Gambar Alternatif A *Platform 2*
(Sumber: Taryn Nurani Purnama, 2020)

Gambar Alternatif A dapat dijadikan sebagai *slingbag* dan terdapat tempat saku di bagian depan. Pada bagian *straps* menggunakan *canvas digital print* dan ring D serta kaitan.



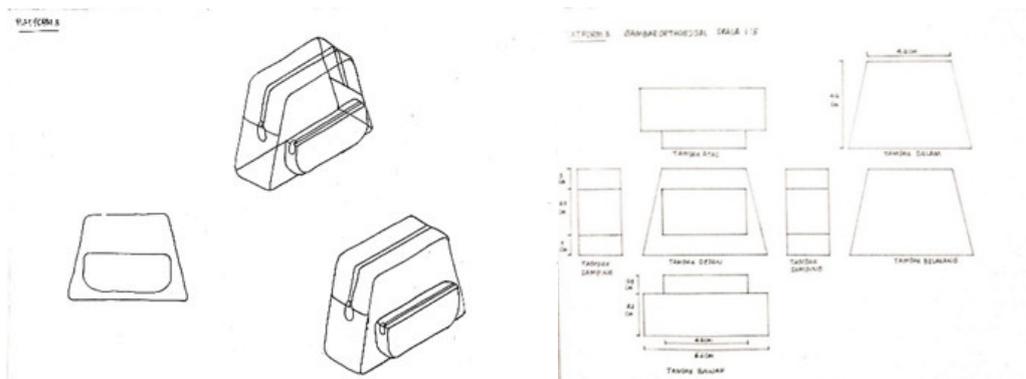
Gambar 10. Gambar Alternatif B *Platform 2*
(Sumber: Taryn Nurani Purnama, 2020)

Gambar Alternatif B dapat dijadikan sebagai *slingbag* dan terdapat tempat saku di bagian depan dan terdapat tempat penyimpanan pada bagian dalam. Pada bagian *straps* menggunakan *canvas digital print* dan ring D serta kaitan.



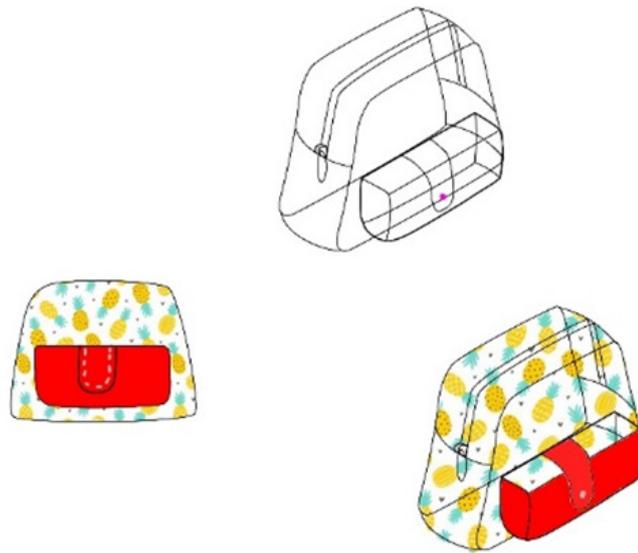
Gambar 11. Gambar Alternatif C Platform 2
(Sumber: Taryn Nurani Purnama, 2020)

Gambar Alternatif C dapat dijadikan sebagai *handbag* dan terdapat tempat saku di bagian depan.



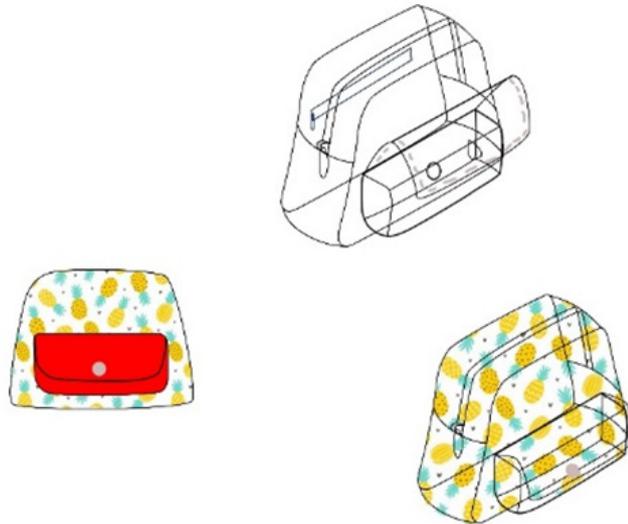
Gambar 12. Gambar Platform 3 dan Gambar Orthogonal Platform 3
(Sumber: Taryn Nurani Purnama, 2020)

Platform 2 pouch dengan bentuk trapesium dan setengah *rounded rectangle* pada bagian saku dengan ukuran 33 x 23 x 11 cm. Bahan yang digunakan yaitu *Canvas digital print* pada bagian luar, bahan *suede* pada bagian dalam, dan ritsleting YKK.



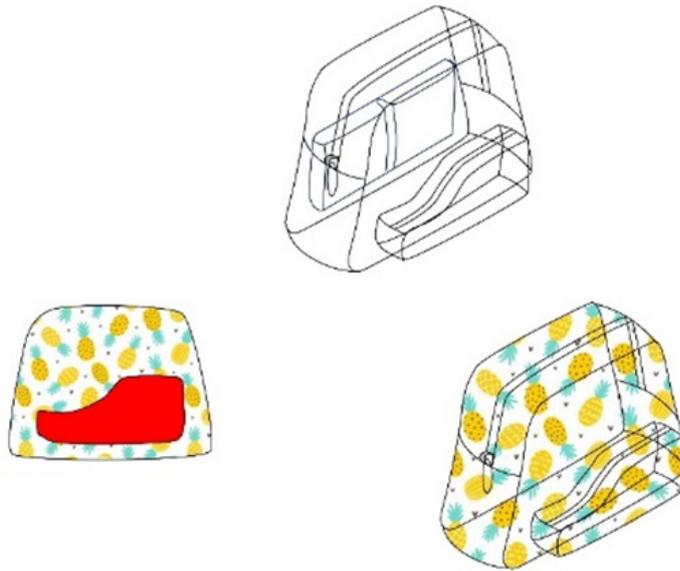
Gambar 13. Gambar Alternatif A *Platform* 3
(Sumber: Taryn Nurani Purnama, 2020)

Gambar Alternatif A *pouch* yang terdapat tempat saku di bagian depan dengan menggunakan penutup klik.



Gambar 14. Gambar Alternatif B *Platform* 3
(Sumber: Taryn Nurani Purnama, 2020)

Gambar Alternatif B *pouch* yang terdapat tempat penyimpanan di bagian dalam dengan retseleting dan tempat saku di bagian depan dengan menggunakan kancing.



Gambar 15. Gambar Alternatif C *Platform* 3
(Sumber: Taryn Nurani Purnama, 2020)

Gambar Alternatif A *pouch* yang terdapat tempat penyimpanan sekat pada bagian dalam dan tempat saku di bagian depan.

Simpulan

Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa menggunakan menggunakan metode penelitian dengan analisis SWOT, BCG dan *Benchmark Wheel* dapat juga digunakan pada penelitian desain produk, di mana kita dapat membantu usaha agar dapat mengatasi suatu tantangan dan menentukan apa yang dituju oleh usaha tersebut dengan mempertimbangan peluang pertumbuhan dalam perancangan strategi dengan melihat pengukuran dari kualitas untuk membantu manajemen dalam memahami proses dan produk yang baik, dengan membandngkan produk yang serupa. Setiap produk memiliki siklus dalam perkembangannya, tidak berarti produk tersebut berada di posisi *cow*, seperti *pouch* yang akan dapat bertahan dengan dibutuhkan inovasi baru untuk produk tersebut dapat bertahan lebih lama.

Referensi

- Andriana, Yunita Fitra. 2017. *Digital Printing Motif on Muslim Fashion Trend in Indonesia*. Jakarta.
- Bukhari, Antasari. 2011. "Kina Karya Indonesia Media Ekuitas Produk Indonesia Edisi 3" dalam *Industri Kreatif Punya Potensi Besar Menopang Ekonomi Nasional*. Jakarta: Pusat Komunikasi Publik, Gedung Kementerian Perindustrian.
- Paulus, M., & Devie. 2013. "Analisis Pengaruh Penggunaan Benchmarking Terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Perusahaan". *Business Accounting Review*, 39-49.
- Rangkuti, Freddy. 2006. *Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Suryati, Siti. 2015. Strategi Pengembangan Bisnis pada Diva Cake And Cookies di Kabupaten Sumedang (Analisis SWOT).

Sumber lain

Fitrian, Lidya. 2015. <https://www.lidyafitrian.com/2015/12/5-fungsi-pouch.html> diakses tanggal 1 Mei 2020.

Muthmainah. 2018. Kain Kanvas: Kelebihan, Kekurangan, Karakteristik, Jenis. <https://olympics30.com/kain-kanvas/> diakses tanggal 2 Mei 2020

Store, Voyej. 2018. 5 Barang yang bisa disimpan dalam pouch. <https://www.voyejstore.com/journal/read/5-barang-yang-bisa-disimpan-dalam-pouch-pria.html> diakses tanggal 2 Mei 2020

Tricky, Tricky. 2017. Beberapa fungsi lain pouch. <https://kumparan.com/tricky-tricky/beberapa-fungsi-lain-pouch> diakses tanggal 1 Mei 2020.