

PERANCANGAN BUSANA SEMI FORMAL PADA WANITA KARIR UNTUK AKTIVITAS *B-LEISURE* DENGAN KONSEP *CAPSULE* *WARDROBE* DAN PERENCANAAN BISNISNYA

Navella Andhieta Putri¹, Rima Febriani² dan Tiara Larissa³

^{1,2,3}Prodi S1 Kriya Tekstil dan Fashion, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi No. 01
Terusan Buah Batu, kec. Dayeuhkolot, Bandung 40257, Jawa Barat, Indonesia
navella@student.telkomuniversity.ac.id

Abstrak: Aktivitas *B-leisure* yang tengah meningkat dikalangan para pekerja khususnya wanita karir diikuti pula dengan meningkatnya kebutuhan akan busana yang praktis dan efisien guna menunjang aktivitas tersebut. Pada penelitian ini bertujuan untuk merancang busana semi formal untuk wanita karir yang melakukan aktivitas *B-leisure* dengan menggunakan konsep busana *Capsule Wardrobe* serta merancang strategi perencanaan bisnis untuk memasarkan produk busana tersebut. Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan *design thinking* yang terdiri dari *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype* dan *test* dengan pengumpulan data berupa studi literatur, wawancara, eksplorasi dan kuesioner. Penelitian ini akan berfokus pada perancangan busana *Capsule Wardrobe*, meliputi warna, jenis busana, siluet, material, teknik serta perencanaan bisnis dengan menggunakan strategi perencanaan *Business Model Canvas* dan analisis *SWOT*. Hasil akhir pada penelitian ini berupa bentuk fisik serangkaian busana yang dapat dipadu-padankan beserta kemasan dan *merchandise* produk. Melalui penelitian ini diharapkan dapat memenuhi kebutuhan wanita karir akan busana yang praktis dan efisien.

Kata kunci: busana semi formal, *B-leisure*, *Capsule Wardrobe*, perencanaan bisnis

Abstract: The increasing *B-leisure* activities among workers, particularly career women, are accompanied by a growing demand for practical and efficient clothing to support these activities. This study aims to design semi-formal wear for career women engaged in *B-leisure* activities, utilizing the *Capsule Wardrobe* clothing concept, as well as to develop a business strategy for marketing these clothing products. The research is conducted using a qualitative research method with a *design thinking* approach, consisting of *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, and *test*, and data collection through literature study, interviews, exploration, and questionnaires. This

study will focus on the design of Capsule Wardrobe clothing, including color, clothing types, silhouettes, materials, techniques, as well as business planning using the Business Model Canvas strategy and SWOT analysis. The final outcome of this research will be a physical collection of clothing that can be mixed and matched, along with product packaging and merchandise. It is hoped that this research will meet the needs of career women for practical and efficient clothing.

Keyword: *semi-formal wear, B-leisure, Capsule Wardrobe, business planning.*

PENDAHULUAN

B-leisure merupakan aktivitas yang menggabungkan antara perjalanan bisnis dengan liburan pribadi, aktivitas ini tengah berkembang pesat pada beberapa tahun terakhir. Dengan meningkatnya kebutuhan para profesional untuk menyeimbangkan tuntutan pekerjaan dan kehidupan pribadi serta fleksibilitas kerja yang juga semakin meningkat, hal ini memungkinkan para pekerja untuk memanfaatkan perjalanan bisnis sembari melakukan liburan pribadi (Fitriani, 2024). Lahirnya aktivitas *B-leisure*, membuat para pekerja khususnya wanita karir memiliki kecenderungan dalam memilih busana yang lebih fleksibel seperti busana semi formal serta praktis dan efisien untuk mendukung aktivitas mereka (Gunawan, 2020). Seiring dengan hal tersebut meningkat pula kebutuhan penggunaan *Capsule Wardrobe*, yaitu berupa serangkaian busana pribadi dengan jumlah sedikit yang terdiri dari beberapa item dasar, esensial, klasik dan abadi serta dapat dikenakan sepanjang tahun tanpa terpengaruh oleh perubahan musim (Bang, 2019). Pada prinsipnya, *Capsule Wardrobe* mengedepankan kemudahan dan praktis dalam pemilihan busana, memungkinkan pengikutnya untuk dapat memadu-padankan busana mereka agar dapat tampil bergaya namun tetap dapat menghemat ruang dan waktu (Rees, 2016), sehingga *Capsule Wardrobe* ini dapat membantu wanita karir yang melakukan aktivitas *B-leisure* dalam mengelola pemakaian busana mereka agar lebih efisien.

Seiring dengan perkembangan fenomena tersebut menghadirkan beberapa merek busana lokal yang mengusung konsep busana semi formal, menghadirkan busana dasar dan pelengkap yang esensial, klasik dan abadi. Sementara itu, melihat hasil penelitian sebelumnya yang telah mengangkat topik mengenai perancangan busana kerja semi formal untuk aktivitas *B-leisure* pada wanita karir, belum ditemukan adanya penggunaan konsep *Capsule Wardrobe* dalam penelitian tersebut. Pada penelitian sebelumnya membahas mengenai bagaimana kebutuhan wanita karir yang melakukan aktivitas *B-leisure* akan busana kerja yang fleksibel, praktis dan efisien. Mengikuti perkembangan tren saat ini ditemukan konsep kebaruan yang memiliki target pasar yang lebih signifikan yang dilandasi atas perubahan gaya hidup wanita karir. Dimana pada konsep busana *Capsule Wardrobe* memiliki perbedaan dari segi potongan desain yang lebih sederhana dan pilihan warna yang mudah untuk dikombinasikan pada setiap jenis busananya.

Berdasarkan hal tersebut, melahirkan potensi dan peluang dalam perancangan busana pada penelitian ini yang bertujuan untuk menciptakan serangkaian busana semi formal dengan konsep *Capsule Wardrobe* bagi wanita karir serta mengaplikasikan strategi perencanaan bisnis dan analisis yang tepat agar dapat bersaing menghadapi pasar yang tengah berkembang pesat saat ini. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan *design thinking* dimana pendekatan ini berlandaskan pada *human centered*, yang didasari atas kebutuhan manusia pada fenomena yang sedang terjadi secara nyata. Oleh karena itu, hasil akhir pada penelitian ini akan berupa produk busana *Capsule Wardrobe* atas dasar kebutuhan dan preferensi konsumen beserta perencanaan bisnis yang menjawab kebutuhan tersebut.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan *design thinking* dengan metode pengumpulan data yaitu studi literatur, observasi, wawancara, eksplorasi dan *alpha test customer* yang dibagi menjadi lima tahapan sesuai dengan metode *design thinking*, yaitu:

1. *Emphatize*

Pada tahapan ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan observasi.

2. *Define*

Pada tahapan ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah studi literatur

3. *Ideate*

Pada tahapan ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah eksplorasi

4. *Prototype*

Pada tahapan ini dilakukan proses perancangan seperti pembuatan *moodboard* serta pengaplikasian metode *SCAMPER* yang difokuskan pada proses perancangan produk (*product centered*).

5. *Test*

Pada tahapan ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah *alpha test customer*.

HASIL DAN DISKUSI

Empathize

Pada tahapan *empathize*, dilakukan proses observasi dan wawancara yang bertujuan untuk mengetahui minat dan kebutuhan konsumen terkait

fenomena. Observasi dilakukan secara tidak langsung pada *brand* busana kerja semi formal melalui sosial media Instagram untuk mengidentifikasi jenis busana yang sering diproduksi atau menjadi item yang paling diminati oleh konsumen selama tiga tahun terakhir pada *brand fashion* lokal Jenahara, Bwbyaz, Sabamodest, Hulm dan Ecinos. Sementara wawancara dilakukan secara tidak langsung kepada *target market* yaitu wanita karir berusia 24-30 tahun yang melakukan aktivitas *B-leisure* dan memiliki gaya hidup sederhana, melalui zoom meet untuk mengetahui kebutuhan dan preferensi busana yang diminati. Hasil dari observasi dan wawancara menunjukkan bahwa *target market* memiliki kecenderungan dalam memilih busana semi formal dengan potongan desain yang longgar dan penggunaan detail yang minim, serta penggunaan warna *earth tone* dan material yang adem dan nyaman seperti material katun dan linen yang berasal dari kombinasi serat alam. Pemilihan ini didasari atas kebutuhan konsumen akan busana yang fleksibel dan mudah dipadu-padankan sesuai dengan konsep *Capsule Wardrobe* untuk menunjang aktivitas mereka.

Define

Setelah mengetahui minat dan kebutuhan konsumen, pada tahapan *define* dilakukan proses analisis terhadap produk dan *brand* pembanding secara keseluruhan menggunakan analisis *SWOT* dan studi literatur. Hasil yang didapat yaitu *brand* memiliki kekuatan terkait segi desain, material dan efisiensi pada produk sesuai dengan peluang pasar yang tengah berkembang saat ini dimana adanya peningkatan kebutuhan *target market* pada busana kerja semi formal terkait dengan fenomena *B-leisure* dan *Capsule Wardrobe* yang kian berkembang pesat. Namun, terdapat pula ancaman dimana terjadinya peningkatan pasar maka ada pula persaingan antar *brand* yang ketat dimana produk memiliki kelemahan dari segi desain, warna dan teknik

yang terbatas, sehingga banyak *brand* pesaing yang memiliki desain serupa. Oleh karena itu, diperlukan inovasi dalam perancangan busana semi formal *Capsule Wardrobe* ini agar produk dan *brand* yang dihasilkan memiliki karakteristik tersendiri yang berbeda dari *brand* yang sudah ada.

Ideate

Pada tahapan *ideate* dilakukan proses inovasi ide dengan melakukan eksplorasi berdasarkan data yang telah diperoleh pada tahapan sebelumnya. Proses eksplorasi terdiri dari tiga tahapan:

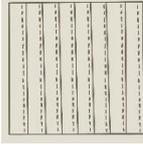
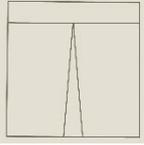
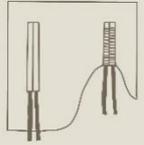
1. Tahapan pertama, menyusun kumpulan gambar untuk mengetahui ragam teknik potensial pada busana berdasarkan data hasil observasi terhadap *brand*



Gambar 1 *Moodboard* Referensi Busana
(sumber: data penulis, 2025)

2. Tahapan kedua, membuat sketsa digital berdasarkan hasil pada tahapan pertama terkait ragam teknik potensial untuk kemudian diaplikasikan pada material secara fisik.

Tabel 1 Sketsa Digital Ragam Teknik Potensial

Sketsa Digital			
			
Bordir	<i>Opnaisel Pleats</i>	<i>Inverted Pleats</i>	Kerut

(sumber: data penulis, 2025)

3. Tahapan ketiga, mengaplikasikan ragam teknik potensial pada material katun dan linen untuk mengetahui hasil terbaik dari tiap material terhadap ragam teknik potensial yang diaplikasikan, adalah yang memberikan kesan rapi dan tidak terlalu kaku.

Tabel 2 Eksplorasi Ragam Teknik Potensial

No	Hasil Eksplorasi	Teknik
1		Bordir
		Material
		Katun dan Linen
Hasil Analisa Berdasarkan hasil nyata eksplorasi, dapat disimpulkan bahwa pengaplikasian bordir pada material linen, jika diperhatikan secara detail memiliki jarak antar benang yang lebih renggang daripada material katun, menampilkan lubang-lubang kecil yang terlihat disekitar area bordir, sehingga memberikan kesan yang kurang rapi daripada hasil bordir pada material katun.		
2		Teknik
		<i>Opnaisel Pleats</i>
		Material
Hasil Analisa Berdasarkan hasil nyata eksplorasi, dapat disimpulkan bahwa pengaplikasian <i>opnaisel pleats</i> pada kain katun dan linen mampu menampilkan kesan lipitan yang rapi, sebab karakter dari kedua kain ini cukup mudah untuk dilipat.		

3		Teknik
		<i>Inverted Pleats</i>
		Material
		Katun dan Linen
Hasil Analisa		
<p>Berdasarkan hasil nyata eksplorasi, dapat disimpulkan bahwa pengaplikasian <i>inverted pleats</i> pada kain katun dan linen mampu menampilkan kesan yang rapi. Namun karakter dari kedua kain yang berbeda menghasilkan kesan yang berbeda, pada material katun memperlihatkan kesan yang lebih luwes/lentur, namun pada material linen memperlihatkan kesan yang lebih kaku.</p>		
4		Teknik
		Kerut
		Material
		Katun dan Linen
Hasil Analisa		
<p>Berdasarkan hasil nyata eksplorasi, dapat disimpulkan bahwa pengaplikasian kerut dengan dukungan tali pada kain katun dan linen memperlihatkan kesan yang rapi. Karakter dari kedua kain yang lembut, mampu menghasilkan tampilan kerut yang optimal.</p>		

(sumber: data penulis, 2025)

Melalui hasil inovasi dari ketiga tahapan, diperoleh data bahwa ragam teknik potensial yang akan diaplikasikan pada material katun adalah bordir, *opnaisel pleats*, *inverted pleats* dan kerut, sementara pada material linen adalah *opnaisel pleats* dan kerut, serta penggunaan detail lain seperti tali untuk diserut atau diikat, dan kancing, *zipper*, karet sebagai bukaan pada busana.

Prototype

Pada tahapan *prototype* dilakukan perancangan produk busana berdasarkan hasil data yang telah diperoleh yaitu, produk akan menerapkan

fungsi dari formula *Capsule Wardrobe* modul 3-2-1 yang akan berisi tiga buah atasan berupa satu kemeja dan dua blus, dua buah bawahan berupa celana dan rok serta satu buah luaran berupa *vest*. Konsep perancangan ini akan menggunakan metode perancangan *SCAMPER* yang berfokus pada inovasi dan pengembangan produk. Produk memiliki potongan desain yang longgar dan sederhana dengan detail yang minim dan fungsional, ada pula penggunaan teknik *pleats*, bordir dan kerut yang akan diaplikasikan pada material katun dan linen. Pertimbangan konsep perancangan didasari atas bagaimana gaya hidup dan kebutuhan konsumen berdasarkan data primer dan data sekunder yang telah diperoleh.

1. *Moodboard*



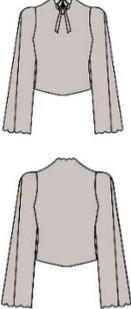
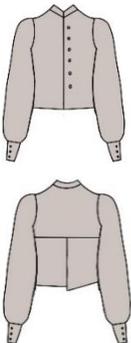
Gambar 2 *Moodboard*
(sumber: data penulis, 2025)

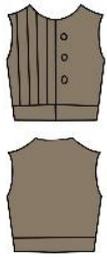
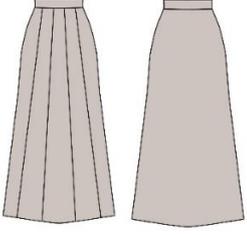
Konsep *moodboard* ini memberikan kesan sederhana yang terinspirasi dari salah satu jenis bunga asli Indonesia yang memiliki keindahan yang memukau yaitu Bunga Anggrek Bulan atau Puspa Pesona. Pada konsep ini akan mengambil inspirasi terkait struktur anggrek bulan yang dikombinasikan dengan ragam teknik dengan *color palette earth tone* yang dapat memberikan kesan sederhana, lembut dan elegan.

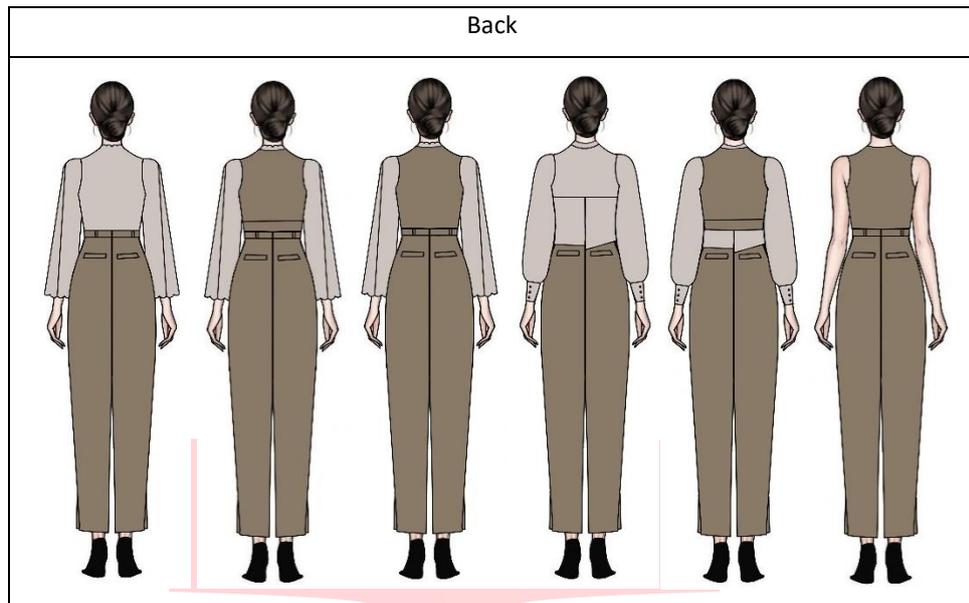
Menyesuaikan dengan preferensi *target market* dan *branding* perusahaan.

2. SCAMPER

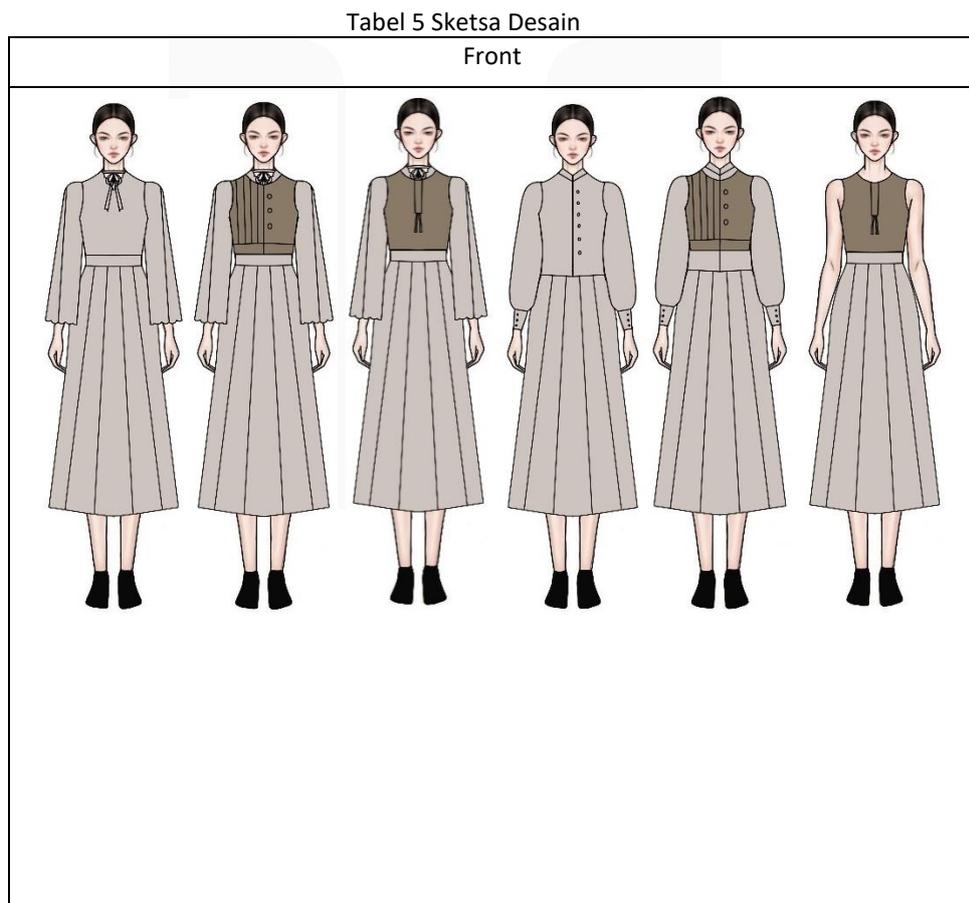
Tabel 3 SCAMPER

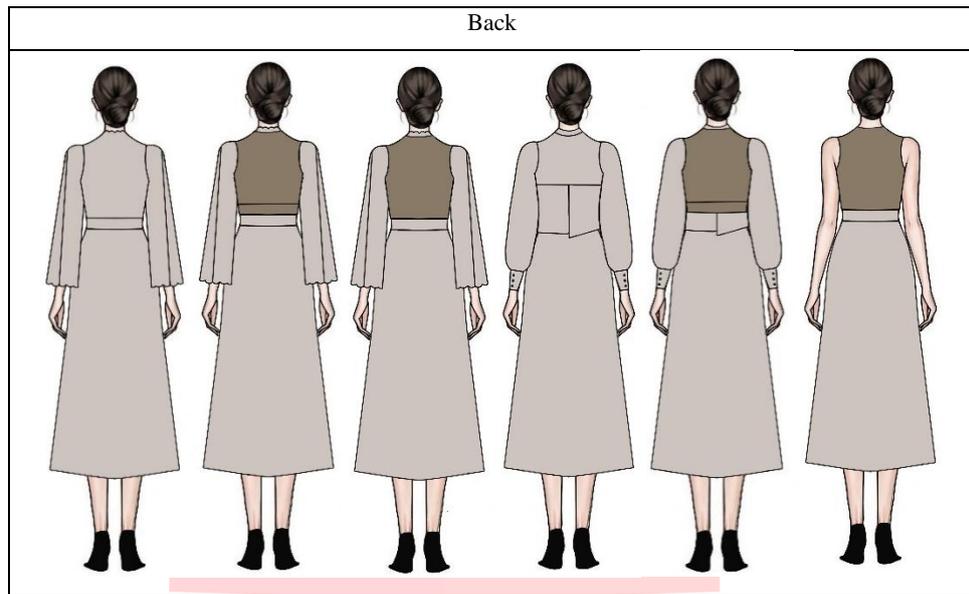
No	Moodboard	Sketsa
1		
<p>Keterangan:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Combine – Mengkombinasikan kedua inspirasi teknik bordir dan pleats kedalam desain blus. b) Adapt – Mengadaptasi lekukan inspirasi bunga anggrek bulan pada bordir. 		
2		
<p>Keterangan:</p> <p>Modify – Memodifikasi bagian pergelangan tangan kemeja menjadi lebih panjang dan menambahkan detail kancing sebanyak 3pcs.</p>		

3		
<p>Keterangan:</p> <p>a) Modify – Memodifikasi bagian depan blus dengan mengubah bagian serut menjadi di bagian tengah atas busana dan menghilangkan bagian lengan busana.</p>		
4		
<p>Keterangan:</p> <p>a) Adapt – Mengadaptasi inspirasi bentuk lipatan untuk diaplikasikan pada bagian sisi kanan vest</p>		
5		
<p>Keterangan:</p> <p>a) Adapt – Mengadaptasi inspirasi bentuk lipatan dan kelopak bunga untuk diaplikasikan pada rok</p>		



(sumber: data penulis, 2025)





(sumber: data penulis, 2025)

4. Visualisasi Produk Akhir

Look 1



Gambar 3 Foto Produk *Look 1*
(sumber: dokumentasi penulis, 2025)

Look 2



Gambar 4 Foto Produk Look 2
(sumber: dokumentasi penulis, 2025)

Look 3



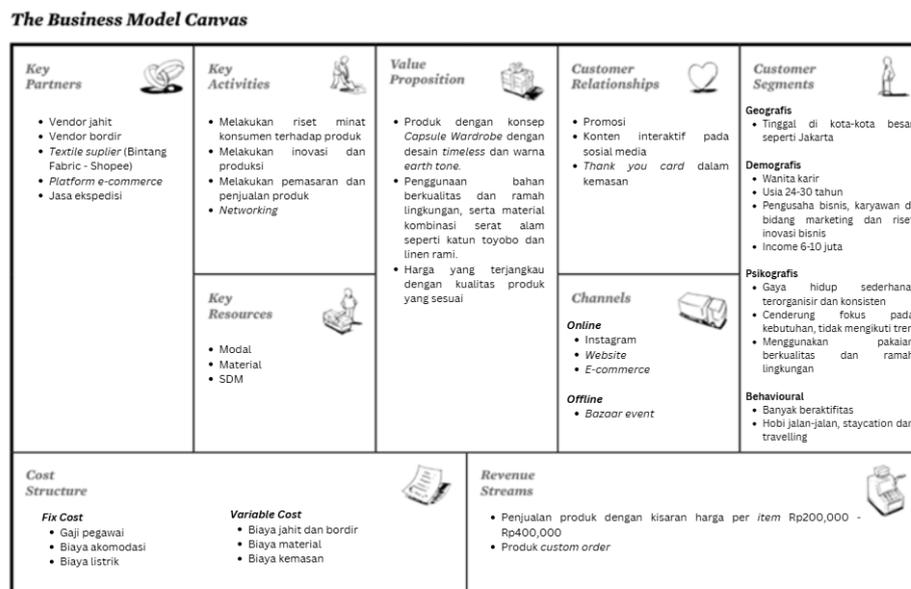
Gambar 5 Foto Produk Look 3
(sumber: dokumentasi penulis, 2025)

Test

Pada tahapan *test* dilakukan *alpha test customer* kepada *target market* potensial untuk mendapatkan tanggapan balik terhadap produk yang telah dibuat. Hasil tersebut mendapatkan tanggapan yang baik dari *target market* yang dituju, dimana produk yang dihasilkan telah sesuai dan memenuhi kebutuhan konsumen dalam melakukan berbagai aktivitas, dari segi potongan

desain hingga material yang digunakan. Namun, narasumber juga memiliki saran terkait perancangan produk, yaitu diperlukan penambahan detail saku pada bawahan celana atau rok, kemudian produk dapat diberikan sedikit lekukan atau potongan sehingga tidak terkesan terlalu longgar dan pemilihan warna pada produk yang lebih bervariasi namun tetap dapat dipadupadankan.

Business Model Canvas



Gambar 6 *Business Model Canvas* (sumber: dokumentasi penulis, 2025)

Konsep perencanaan bisnis yang akan dijalankan oleh perusahaan berdasarkan kerangka *BMC* yang telah disusun yaitu perusahaan memiliki nilai utama pada produk yaitu busana dengan konsep *Capsule Wardrobe* dengan desain *timeless*, penggunaan material berkualitas serta harga yang terjangkau. *Target Market* diperuntukan bagi wanita karir yang memiliki gaya hidup sederhana dan banyak beraktivitas. Perusahaan melakukan riset, inovasi dan pemasaran pada produk, serta hubungan dengan pelanggan

dengan melakukan promosi serta membagikan konten dan informasi. Perusahaan bekerja sama dengan mitra untuk melakukan produksi serta membutuhkan sumber daya manusia dan modal utama untuk keberlanjutan perusahaan. Biaya yang dikeluarkan perusahaan setiap bulannya adalah biaya produksi, gaji pegawai, akomodasi dan listrik. Sementara untuk pendapatan perusahaan diperoleh berdasarkan penjualan produk dengan keuntungan yang didapat adalah 50% dari kisaran harga produk per *item* adalah Rp200.000 – Rp400.000 dan *custom order* produk.

Branding

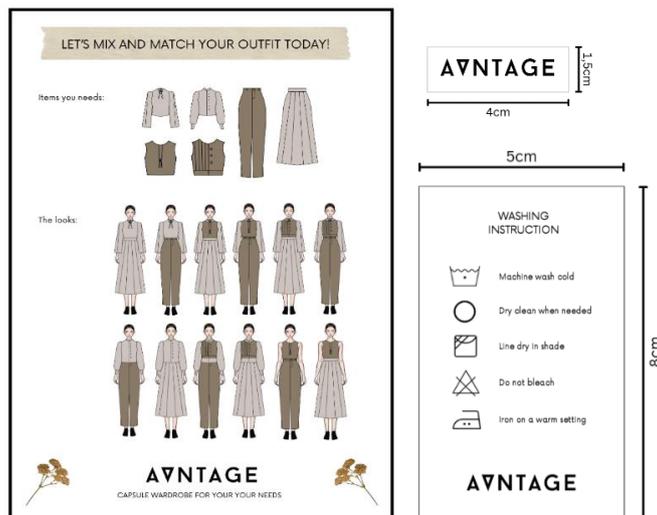
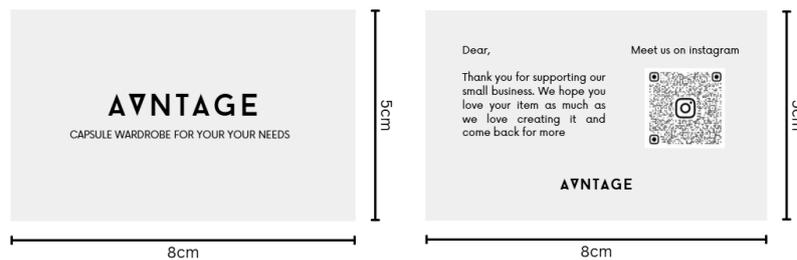
AVNTAGE

Gambar 7 Logo *Brand*
(sumber: data penulis, 2025)

Konsep *brand* yang akan ditawarkan adalah *branding* yang *stylish* dan *affordable* dengan *kurva brand positioning* berada pada kualitas produk yang baik namun dengan harga yang cukup terjangkau, setara dengan *brand* pembanding yaitu Jenahara, Bwbyaz dan Ecinos. Konsep logo yang digunakan adalah berupa tulisan sederhana dengan *type font* Baron. Avntage merupakan sebuah *brand fashion* lokal yang menawarkan busana wanita dengan konsep *Capsule Wardrobe*. Nama Avntage memberikan makna yaitu merupakan sebuah harapan agar *brand* dapat memberikan manfaat bagi siapapun yang mengenakan produk Avntage. *Brand* ini memiliki slogan yaitu “*Capsule Wardrobe For Your Needs*” mengartikan bahwa diferensiasi atau karakteristik yang dibawakan oleh *brand* Avntage adalah menawarkan produk busana *Capsule Wardrobe* dengan fokus untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Merchandising Kit & Packaging

Pada *merchandising* akan berisi *identity brand card*, *thank you card*, *instruction card*, *brochure mix and match* dan label, sementara untuk pembelian secara *online* dikemas menggunakan *ziplock* yang dilapisi dengan *polymailer* dan untuk pembelian secara *offline* akan diberikan *paper bag*.



Gambar 8 Merchandising Kit & Packaging
(sumber: data penulis, 2025)

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai perancangan busana semi formal untuk kebutuhan *B-leisure* dengan konsep *Capsule Wardrobe* serta perencanaan bisnisnya, dapat disimpulkan melalui poin-poin sebagai berikut:

1. Wanita karir yang melakukan aktivitas *B-leisure* membutuhkan busana yang praktis, fleksibel dan mudah dipadupadankan untuk dapat menghemat waktu, ruang dan tenaga yang dibutuhkan dalam memilih busana, oleh karena itu solusi yang ditawarkan adalah busana semi formal dengan menggunakan konsep *Capsule Wardrobe*.
2. Perancangan busana semi formal dengan konsep *Capsule Wardrobe* menggunakan formula *Capsule Wardrobe* modul 3-2-1 yang berisi 6 item busana yaitu 3 atasan, 2 bawahan dan 1 luaran dengan warna *earth tone*, potongan yang longgar dan detail yang minim dapat memudahkan wanita karir dalam melakukan kombinasi setiap jenis busana.
3. Wanita karir yang melakukan aktivitas *B-leisure* dan menerapkan *Capsule Wardrobe* memiliki kecenderungan dalam memilih busana dengan material yang berkualitas, adem dan tahan lama serta potongan desain yang sederhana dan fungsional untuk mendukung aktivitas mereka yang padat ketika bekerja, namun juga tetap nyaman untuk digunakan ketika bersantai.
4. Perencanaan perusahaan yang akan dibangun adalah perusahaan yang menawarkan produk busana semi formal wanita dengan karakteristik atau nilai yang dikenal oleh konsumen adalah *brand* busana yang menawarkan konsep *Capsule Wardrobe* sesuai dengan kebutuhan konsumen dengan kualitas yang baik dan harga yang terjangkau.

DAFTAR PUSTAKA

- Bang, H., & DeLong, M. (2022). *Everyday Creativity Practiced through a Capsule Wardrobe*. *Sustainability* 2022, 14, 2092.
- Caturludyasari, A. (2019). *Perancangan Busana Kerja Menggunakan Material Kain Serat Alam untuk Wanita dengan Tren Gaya Hidup Sehat*, 6(2), 2230–2235. S1 Kriya, Universitas Telkom
- Chaney, D. (2017). *Lifestyles: Sebuah Pengantar Komprehensif*. Jelasutra
- Dellyana, D., Purnama, I., & Zaky, M. (2022). *Start Up Tools*. Bitread
- Fashionary Team. (2019). *The Fashion Business Manual*. Fashionary
- Fitriani, A. N. (2024). *Mengenal Bleisure yang Jadi Tren Wisata 2024, Ini 5 Faktanya*. *Idntimes* <https://www.idntimes.com/travel/destination/annisa-nur-fitriani-1/mengenal-bleisure-yang-jadi-tren-wisata-2024-c1c2>
- Gunawan, D., Tahalele, Y. K. S., & Tanzil, M. Y. (2020). *Perancangan Pakaian B-Leisure untuk Wanita Karir dengan Konsep Transformable pada Brand Lagom*. *Moda*, 2(2), 65–83.
- Kristiana, Y. (2022). *Bleisure Travel Bukan Hanya Sebuah Tren*. *Kompasiana* <https://www.kompasiana.com/yustisia.kristiana/6218354d87006408da2582a3/bleisure-travel-bukan-hanya-sebuah-tren>
- Navan Team. (2023). *What to Wear on Your Bleisure Trip*. *Navan* <https://navan.com/blog/traveler-experience/what-to-wear-on-your-bleisure-trip>
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2009). *Business Model Generation*. Elex Media Komputindo
- Paramita, N. (2022). *Pembuatan Busana Kerja Wanita*. Institut Seni Indonesia, Denpasar
- Rees, A. (2016). *The Curated Closet*. Ten Speed Press
- Renee, C. (2024). *Capsule Wardrobe Formula Guide*. *The Elegance Edit* <https://theeleganceedit.com/capsule-wardrobe-formula-guide/>

Tysara, L. (2024). *Pakaian Formal: Panduan Lengkap Agar Tak Salah Kostum bagi Pria dan Wanita*. Liputan 6

<https://www.liputan6.com/hot/read/5709901/pakaian-formal-panduan-lengkap-agar-tak-salah-kostum-bagi-pria-dan-wanita?page=2>

Zay, L. (2024). *What To Know About Bleisure Travel in 2024*. Navan

<https://navan.com/blog/insights-trends/bleisure-travel-statistics>

