

**PERKEMBANGAN EKSPOR DAN STRATEGI PAKAIAN JADI
INDONESIA PERIODE 2012 – 2016**

Adelia Happy Rizky Ramadhani, Ahmad Zafrullah TN., Made Siti Sundari
Ilmu Ekonomi / Fakultas Bisnis dan Ekonomika
adeliahrr@gmail.com

Intisari - Penulisan ini membahas mengenai perkembangan dan strategi ekspor pakaian jadi di Indonesia periode 2012 – 2016. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis perkembangan ekspor pakaian jadi Indonesia selama 5 tahun (2012 - 2016). Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk memperbaiki kondisi yang terjadi pada pakaian Indonesia. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data pakaian jadi dari 2012 - 2016 yang diperoleh dari instansi pemerintah dan studi kepustakaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perkembangan ekspor pakaian jadi pada 2012 - 2013 terjadi peningkatan. Namun pada 2013 - 2016 ekspor pakaian jadi mengalami penurunan secara terus menerus karena lesunya perekonomian dunia dan ketatnya persaingan dipasar internasional, ini berarti beberapa strategi bisa dilakukan oleh bisnis dan dukungan pemerintah terhadap pakaian jadi.

Kata Kunci : Ekspor, Pakaian Jadi, Indonesia

Abstract - This paper discusses the development and strategies of export apparel in Indonesia period 2012 – 2016. The purpose of this study is to analyze the development of Indonesia's apparel exports over period of 5 years (2012 – 2016). This research uses descriptive qualitative method to improve the condition that happened about Indonesia's apparel. The data used in the research is apparel data from 2012 – 2016 obtained by government agencies and literature study. The result show that the development of apparel export in 2012 – 2013 has increased steadily. But in 2013 – 2016 the export of apparel has decreased continuously because of the sluggishness of the world economy and the tightness of international market competition and some strategies can be done by the business and the government's support for the apparel.

Key Words : Export, Apparel, Indonesia

PENDAHULUAN

Pada masa kini, penampilan menjadi hal yang perlu diperhatikan oleh setiap manusia yang menjadi nilai utama mulai kepala hingga kaki sangat diperhatikan oleh masyarakat. Dengan adanya penampilan ini, menjadi ciri khas dari seseorang itu sendiri untuk di tunjukkan kepada orang lain yang melihatnya (Rezkisari, 2014). Di Indonesia, pakaian jadi dianggap berpotensi untuk bersaing di pasar internasional. Indonesia yang beriklim tropis, menuntut berpakaian yang disesuaikan dengan cuaca yang seringkali cenderung panas. Penyesuaian dalam pakaian ini menjadi peluang bagi negara-negara produsen pakaian untuk mengekspor ke negara yang membutuhkan pakaian untuk musim panas. Amerika Serikat memiliki empat musim di negaranya dan salah satunya adalah musim panas, mengimpor pakaian jadi dari Indonesia terbesar dibandingkan negara-negara lainnya, dan hal ini menjadi daya tarik tersendiri untuk Indonesia.

Pada 2012 – 2016 ekspor pakaian jadi mengalami perubahan disetiap tahunnya. Beberapa daerah pengeksport seperti Yogyakarta dan Bali mengalami penurunan jumlah ekspor. Beberapa hal dapat menyebabkan turunnya ekspor pakaian jadi. Dibutuhkan strategi agar jumlah ekspor pakaian jadi meningkat.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti ini adalah deskriptif kualitatif yaitu penelitian yang membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta dan sifat suatu wilayah dan waktu tertentu. Metode penelitian deskriptif kualitatif ini digunakan untuk menggambarkan kondisi yang terjadi terkait objek penelitian. Metode ini mengumpulkan informasi data aktual secara rinci untuk kemudian melakukan identifikasi masalah yang terjadi. Masalah yang ditemukan akan dipecahkan dengan melakukan observasi dan analisis secara ilmiah berdasarkan data yang *valid* yang telah dikumpulkan. Metode deskriptif yang digunakan pada penelitian ini bersifat *times series* atau dalam potongan waktu tertentu.

Data yang digunakan dalam penelitian ini ialah data sekunder dalam bentuk waktu (*time series*), yaitu data yang didapatkan dari pihak lain yang telah melakukan observasi dan mengumpulkan informasi secara langsung di lapangan. Periode yang digunakan yaitu periode 2012-2016.

HASIL TEMUAN

Ekspor pakaian jadi menjadi salah satu sektor yang mempengaruhi ekspor Indonesia. Berikut adalah data perkembangan ekspor Indonesia industri pakaian jadi dari 2012 hingga 2016 yang ditunjukkan Tabel 1. Terlihat di Tabel 1 yang menunjukkan adanya permintaan ekspor pakaian jadi yang stabil di 2012 hingga 2016. Pada 2012 – 2013 mengalami peningkatan sejumlah 197,142.2 yaitu sebesar 2.81%, sedangkan pada 2013 – 2016 jumlah ekspor pakaian jadi terus menurun. Seperti pada 2013 – 2014 mengalami penurunan sejumlah 29,705.9 yaitu sebesar -0.39% dan di 2014 – 2015 mengalami penurunan 81,739.5 yaitu sebesar -1.11%. Begitu pula yang terjadi pada tahun 2015 – 2016, nilai ekspor pakaian jadi mengalami penurunan sebesar -1.44%. Walaupun begitu, nilai ekspor pakaian jadi memberikan peran terhadap industri ekspor Indonesia pada 2016 sebesar 6,57%.

Tabel 1
**Perkembangan Ekspor
Industri Pakaian Jadi Indonesia**
(Nilai : Ribu US\$)

Tahun	Jumlah Ekspor
2012	7.226.559,3
2013	7.429.701,5
2014	7.399.995,6
2015	7.318.256,1
2016	7.212.597,3

Sumber: Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, 2017

Jumlah ekspor tertinggi industri pakaian jadi terjadi pada 2013 yaitu sejumlah 7.429.701,5. Menurut Direktur Jendral Basis Industri Manufaktur, Harjanto mengatakan bahwa adanya peningkatan nilai ekspor pada 2013 merupakan hasil kerja keras dan inovasi para pengusaha industri TPT nasional yang terus bertahan dalam menghadapi persaingan global (Kemenperin,2013).

Deputi Bidang Statistik, Distribusi, dan Jasa BPS, Sasmito Hadi Wibowo (2016) mengatakan bahwa neraca ekspor-impor mengalami gangguan cukup berat pada komoditas pakaian jadi . Penurunan ekspor pada sektor ini dikarenakan pasar tujuan ekspor sudah melewati musim panas (*Kompas*, 2014). Indonesia yang beriklim tropis, seringnya memproduksi pakaian yang sesuai dengan iklim di negaranya. Sedangkan negara-negara diluar seperti Amerika yang memiliki empat musim, memiliki beberapa pilihan pakaian yang sesuai dengan musimnya. Hal ini menjadi peluang bagi Indonesia untuk memasuki pasar internasional sebagai pengeksport pakaian jadi.

Penyebab hal lain yang membuat ekspor pakaian jadi menurun, ialah adanya pemutusan hubungan kerja (PHK) pada 62.321 pegawai di 14 provinsi. Pekerja yang terkena PHK dari Konfederasi Serikat Pekerja Seluruh Indonesia (KSPSI) hingga akhir September 2015, rinciannya di Jawa Timur sebanyak 24.509 pekerja, Jawa Tengah sebanyak 7.608 pekerja, Nusa Tenggara Timur (NTT) sekitar 497 pekerja, DKI Jakarta sebanyak 2.016 pekerja, Bali 350 pekerja, DIY Yogyakarta 168 pekerja, Jawa Barat mencapai 320 pekerja, Sumatera Barat mencapai 125 pekerja, Sulawesi Selatan sekitar 241 pekerja, Banten mencapai 7.300 pekerja, Kalimantan Barat 39 pekerja, Kalimantan Timur sebanyak 10.721 pekerja, Sumatera Utara sekitar 398 pekerja, dan Kepulauan Riau mencapai 8.056 pekerja ang di PHK (*Sindo News*, 2015). PHK ini tersebar di berbagai industri, terutama di Jawa Barat yang terkenal dengan industri garmen dan tekstilnya. Menurut Hanif, tidak ada pesanan barang pada produk unggulan, seperti garmen tekstil. (*Detik*, 2015).

Begitu pula yang terjadi pada 2016 di awal tahun, sebanyak 12.680 pekerja di Indonesia mengalami PHK di Januari hingga Februari 2016.

Berdasarkan data KSPSI, PHK meliputi berbagai jenis industri, mulai dari elektronik, kendaraan bermotor, tekstil dan garmen, hingga peralatan mandi (BBC Indonesia, 2016).

Penyebab lainnya yang membuat ekspor pakaian jadi menurun adalah Indonesia masih mengandalkan bahan baku impor sebagai pakaian jadi. Euis Saedah, Direktur Jenderal Industri Kecil dan Menengah Kementerian Perindustrian mengatakan bahwa Indonesia mengimpor bahan baku produk fesyen pada 2014 sebesar US\$5,6 miliar, sedangkan eksportnya mencapai US\$10,9 miliar. Walaupun terlihat surplus, impor bahan baku digunakan sebagai bahan produk komunitas fesyen atau UKM. Bahan baku tekstil yang sering di impor dan sangat dibutuhkan di Indonesia adalah jenis serat buatan seperti polyester dan serat rayon. Permintaan yang tinggi terhadap pakaian jadi berbahan rayon dan polyester di Indonesia (Baihaqi, 2014).

Pada 2017 bahan baku seperti kain yang digunakan oleh industri TPT di Indonesia sebanyak 70% berasal dari impor. Data dari Kementerian Perindustrian menunjukkan bahwa impor bahan baku tekstil pada tahun 2016 sebesar US\$6,7 miliar, meningkat dari 2015 sebesar US\$ 6,51 miliar. Impor bahan baku tekstil ini antara lain sutra, serat tekstil, serat stapel, benang filamen, benang tenunan, benang rajutan, sulaman atau bordir, dan kain lainnya (Detik, 2017).

Beberapa pelaku ekonomi dapat menerapkan beberapa strategi yang memberikan efek keberhasilan di pasar ekspor. Antara lain:

1. Menguasai Bahasa Asing

Mempelajari bahasa asing menjadi sebuah keharusan sebagai *soft skill* dasar yang wajib bagi para pelaku usaha ataupun para pekerja. Hal utama yang didapatkan dengan mempelajari bahasa asing ialah dapat lebih memahami keadaan pasar di luar negeri dan dapat mempelajari budaya mereka sehingga dapat memahami barang yang negara tersebut butuhkan atau sedang menjadi *trend*.

Seperti di Kabupaten Banyuwangi, Jawa Timur, dalam menghadapi MEA, warga di kabupaten Banyuwangi mendapatkan pelatihan bahasa asing selama tiga bulan. Pelatihan bahasa asing itu meliputi bahasa Inggris, Arab, dan Mandarin. Peserta pelatihan bahasa asing berasal dari berbagai kalangan. Sebagian peserta pelatihan adalah petani, guru, dan ibu rumah tangga. Penyelenggaraan pelatihan gratis ini, memberikan persiapan lebih dalam menghadapi MEA (*Kompas*, 2015).

2. Standarisasi Produk

Penyebab Indonesia kalah dalam bersaing di dunia perdagangan ialah dari masyarakat Indonesia yang cenderung lebih menyukai produk luar negeri. Serta gaya mewah dan tingkat percaya dirian yang tinggi apabila menggunakan produk luar. Padahal, apabila penduduk Indonesia memilih untuk membeli produk Indonesia, dapat meningkatkan produksi unit UKM sehingga UKM dapat berkembang menjadi perusahaan yang lebih besar dan meningkatkan produksi (Sari, 2015).

Hal yang dapat dilakukan agar minat beli konsumen meningkat ialah dengan cara meningkatkan kualitas produk tersebut. Kualitas rendah dapat memicu konsumen Indonesia enggan untuk membeli produk dalam negeri karna kenyamanan dan keawetan dari produk tersebut cenderung rendah dibandingkan barang yang dijual di luar negeri (Movanita, 2015).

Standarisasi produk tidak hanya dilihat dari kualitas produk itu sendiri, melainkan juga dari segi pelayanan serta pengemasan produk. Seringkali para penjual dalam negeri tidak melayani konsumen dengan baik sehingga konsumen merasa tidak puas. Selain itu, banyak pelaku usaha Indonesia yang mengemas produknya dalam tampilan yang monoton sehingga tidak menarik perhatian. Padahal, kemasan adalah hal yang pertama kali dilihat

konsumen. Memberikan label terhadap produk selain dapat memberikan identitas produk tersebut, nilai jual atas produk berlabel menjadi lebih tinggi, karena masyarakat cenderung menyukai produk yang memiliki nama dibandingkan dengan produk *unbrand*. Dengan memberikan standarisasi produk yang tinggi, Indonesia dapat bersaing dengan negara pesaingnya dan menciptakan *awareness* yang nantinya disusul dengan program yang dapat menciptakan permintaan.

3. Berinovasi

Di era kepemimpinan Jokowi, pembangunan industri kreatif menjadi hal yang perlu diperhatikan. Hal ini terlihat dari didirikannya Badan Ekonomi Kreatif Indonesia (Bekraf), yaitu sebuah lembaga pemerintahan bukan kementerian yang mengurus ekonomi kreatif atau industri kreatif di Indonesia. Didalam industri konvensional, bahan baku yang akan diolah adalah sumber daya alam seperti hasil hutan. Maka pada industri kreatif yang diolah bahan bakunya adalah kreativitas, pengetahuan, dan inovasi manusia itu sendiri (Bekraf, 2017).

Fesyen termasuk sub-sektor industri kreatif (Departemen Perdagangan Republik Indonesia, 2017). Pakaian jadi memiliki banyak pesaing baik di dalam negeri maupun di luar negeri. Untuk dapat bersaing, inovasi diperlukan dalam sebuah bisnis agar produk yang dibuat lebih unggul. Seperti Pemerintah Kota Sawahlunto yang mengembangkan industri tenun songket, walaupun di kota ini tidak ada industri besar, pemerintah cenderung mendorong industri rumah tangga salah satunya songket. Upaya yang dilakukan antara lain adalah dengan memberikan pelatihan pengembangan motif pada tenun songket. Motif-motif baru terus dibuat karena didukung dengan kehadiran klinik desain yang difasilitasi oleh Pemerintah Kota. Klinik

desain ini tidak hanya merancang motif-motif baru yang sesuai dengan perkembangan model, melainkan juga mendesain kembali motif-motif lama yang sudah ada dalam bentuk digital. Kemajuan teknologi seperti ini, dapat memberikan kemudahan pada pelaku usaha, sehingga dapat bersaing di pasar internasional (*Kompas*, 2015).

4. Memaksimalkan Internet

Memanfaatkan sosial media dan *website* di internet untuk mencari pembeli adalah salah satu sarana untuk berpromosi. Sebagai contoh ialah Pemerintah Kabupaten Sidoarjo yang bekerja sama dengan PT Telkom untuk melatih pelaku UMKM supaya mereka lebih mengetahui teknologi informasi. Pelatihan gratis ini mengenai pembelajaran pemasaran *online*, termasuk cara membuat *website* dan perdagangan elektronik (*Kompas*, 2014).

Para pelaku usaha lokal menggunakan media internet sebagai sarana pemasaran. Contohnya saja membuat *website* yang sekaligus menjadi media transaksi. Selain itu, media sosial seperti *instagram*, dan *facebook* juga membantu para pelaku usaha agar lebih dekat dengan para pembelinya. Para pelaku usaha juga dapat bekerjasama dengan toko *online* seperti *Zalora* dan *Berrybenka* ataupun memasukkan produknya ke dalam *marketplace* seperti Tokopedia dan Bukalapak. Hal ini dapat dilakukan untuk memperluas pasar dan meningkatkan penghasilan dari usaha tersebut.

5. Mengikuti Ajang Internasional

Fesyen adalah penyumbang kedua terbesar Pendapatan Domestik Bruto (PDB) setelah kuliner di industri kreatif. Jakarta

Fashion Week (JFW) 2018 lalu adalah bagian penting dari kegiatan fesyen di Indonesia. Lenny Tedja sebagai Direktur JFW menjelaskan bahwa desainer yang terpilih dalam IFF adalah mereka yang telah memenuhi serangkaian kriteria yang ditentukan. Para desainer muda yang terpilih akan dimentori secara menyeluruh, mulai dari *branding, positioning, marketing, promotion, public relation*, sampai *distribution*. Contohnya, mengarahkan bagaimana membuat *booth* agar terlihat menarik saat tampil di luar negeri sehingga dapat menarik perhatian konsumen yang berada disana. Atau mementoring bagaimana para desainer menjelaskan produknya kepada pembeli internasional dalam lima menit. Proses mentor ini diharapkan perancang dapat memperbaiki dan memiliki infrastruktur dan strategi yang dapat mengembangkan usahanya. Sehingga mereka tidak hanya bisa mandiri melalui kemampuan kreatif, melainkan juga sebagai pengusaha yang berkompeten. Program IFF telah berlangsung enam tahun dan terbukti berhasil mempercepat kemajuan ekonomi para label lokal dan memungkinkan mereka merambah pasar internasional (Tedja, 2017). Selain itu, mengikuti ajang fesyen internasional bergengsi seperti Paris *Fashion Week* (PFW) dapat menjadi salah satu cara untuk memperkenalkan *brand* kepada masyarakat luar tentang produk lokal Indonesia.

KESIMPULAN

Pakaian jadi menjadi komoditi unggulan bagi Indonesia karena memiliki peran bagi nilai ekspor non migas di Indonesia sebesar 5.39%. Jumlah ekspor pakaian jadi mengalami kenaikan pada 2012 – 2013 dengan mengalami perubahan sebesar 2.81% dan mengalami penurunan secara terus menerus pada mulai 2013 – 2016. Penurunan terbesar terjadi pada 2015 – 2016 yaitu sebesar -1.44%. Penurunan ekspor pakaian jadi pada tahun 2013 – 2016 disebabkan oleh adanya PHK di sejumlah wilayah pengekspor pakaian jadi

secara besar-besaran dan juga cuaca dari negara tujuan ekspor yang mempengaruhi jumlah ekspor pakaian jadi di Indonesia serta masihnya ketergantungan bahan baku impor.

Pemerintah telah melakukan upaya yang ditujukan untuk pelaku usaha agar dapat meningkatkan potensi ekspor pakaian jadi, meliputi persiapan pembekalan *skill* sumber daya manusia dengan mempelajari bahasa asing, meningkatkan melakukan standarisasi produk, berinovasi, memaksimalkan internet sebagai media pemasaran, dan mengikuti ajang internasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Antara. 2016. “BPS: Ekspor Pakaian Bali Naik 24,61 Persen.” (tirto.id, dikutip pada tanggal 20 November 2017)
- Antara. 2017. “Bali Ekspor Pakaian US\$ 5,18 Juta.” Denpasar. (www.beritasatu.com, dikutip pada tanggal 21 November 2017)
- Astuti, Runik Sri. 2014. ”Sidoarjo Tampilkan Ide Berbeda, Tembus Manca.” *Kompas*, 27 Juni 2014.
- Badan Pusat Statistik. 2009. “Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia”. Jakarta.
- Baihaqi, Muhamad Hari. 2014. “Indonesia Impor Bahan Baku Tekstil”. (neraca.co.id, dikutip pada tanggal 15 Desember 2017)
- BBC Indonesia. 2016. “Dua Bulan Pertama 2016, Belasan Ribu Orang di-PHK.” Jakarta. (www.bbc.com, dikutip pada tanggal 1 Desember 2017)
- Djafri, Chamroel. 2003. “Gagasan Seputar Pengembangan Industri Dan Perdagangan TPT (Tekstil dan Produk Tekstil)”. Asosiasi Pertekstilan Indonesia (API) dan Cidesindo. Jakarta,
- Harian Jogja. 2014. “Pakaian Jadi Jadi Andalan Ekspor DIY.” Jogja. (www.harianjogja.com, dikutip pada tanggal 20 November 2017)
- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. 2008. “Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025”. Depdag RI.

- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. 2013. "*Ekspor PTP Terus Menurun.*" Jakarta. (www.kemenperin.go.id, dikutip pada tanggal 1 Desember 2017)
- Kompas*. 2014. "*Musim Panas Berakhir, Ekspor Pakaian RI Melorot.*" Jakarta. (ekonomi.kompas.com, dikutip pada tanggal 20 November 2017)
- Malcolm, Barnard. 2009. "*Fashion sebagai Komunikasi: Cara mengkomunikasikan Identitas sosial, Seksual, Kelas, dan Gender*", Yogyakarta : Jalasutra.
- Mediana. 2015. "*Bergaya dengan Batik Kaus.*" *Kompas*, 28 Februari 2015.
- Movanita, Ambaranie. 2015. "*Masyarakat Lebih Menyukai Produk Impor Karena Gengsi*". Semarang. (ekonomi.kompas.com, dikutip pada tanggal 29 Desember 2017)
- Munaf, Triawan. 2017. *Retas: "Gairah Fashion Indonesia di Panggung Dunia"*. Vol.6. Bekraf.
- Nitarin, Erina. 2015. "*Hadapi MEA, Warga Diajari Tiga Bahasa Asing.*" *Kompas*, 25 Mei 2015.
- Nopirin. 2000. *Pengantar Ilmu Ekonomi Makro dan Mikro Edisi Pertama*. Yogyakarta : BPFE.
- Novita, Andriani. 2017. "*Bergerak Selaras Selera Zaman.*" *Kompas*, 16 September 2017.
- Novita, Andriani. 2017. "*Indonesia Di Landas Peraga Dunia.*" *Kompas*, 16 September 2017.
- Oke Zone. 2016. "*Ekspor Tekstil Menurun, Kemenperin Siapkan Insentif Pajak.*" Jakarta. (economy.ekozone.com, dikutip pada tanggal 1 Desember 2017)
- Poetra Merdeka. 2016. "*Ekspor dan Import Hasil Industri Tekstil.*" (www.poetramerdeka.com, dikutip pada tanggal 1 Desember 2017)
- Primadytha, Safyra. 2015. "*Hadapi MEA, Pemerintah Dorong Pelaku Usaha Tingkatkan Ekspor*" Jakarta. (cnnindonesia.com, dikutip pada tanggal 9 Desember 2017)
- Rezkisari, Indira. 2014. "*Pentingnya Penampilan dalam Pertemuan Pertama.*" Jakarta. (republika.co.id, dikutip pada tanggal 2 Januari 2018)

- Salvatore, Dominick., Krugman. 2006. Yang diterjemahkan oleh Munadar Harris, *Ekonomi Internasional*. Edisi ke 5. Bandung : PT Gelora Aksara Pratama.
- Sari, Novita Intan. 2015. “*Merek Indonesia Diakui Dunia, Masyarakat Malah Suka Barang Impor*”. Jakarta. (merdeka.com, dikutip pada tanggal 29 Desember 2017)
- Sindo News. 2015. “*Jumlah PHK di 14 Provinsi Tembus 62.000 Pekerja*.” Jakarta. (ekbis.sindonews.com, dikutip pada tanggal 1 Desember 2017)
- Sobri. 2000. *Ekonomi Internasional: Perdagangan Internasional*. Yogyakarta : BPFE-UI.
- Tedja, Lenny. 2017. *Retas: “Gairah Fashion Indonesia di Panggung Dunia”*. Vol.6. Bekraf.
- Tempo.co. 2016. “*Di Yogya, Ekspor Garmen Turun, Ekspor Mebel naik*.” Yogya. (bisnis.tempo.co, dikutip pada tanggal 1 Desember 2017)
- The Executive*. 2017. (theexecutive.co.id, dikutip pada tanggal 26 Januari 2018).
- Tribun bali. 2015. “*Ekspor Bali ke Amerika Serikat Turun 18,59 Persen*.” Bali. (bali.tribunnews.com, dikutip pada tanggal 1 Desember 2017)
- Utoyo, Bambang. 2009. “*Geografi Membuka Cakrawala Dunia 3*”. Pusat Perbukuan Departemen Pendidikan Nasional.
- Zakria, Nur. 2015. “*Pemerintah Kota Sawahlunto Kembangkan Tenun Songket*.” *Kompas*, 25 Mei 2015.
- Zalora. 2017. (zalora.co.id, dikutip pada tanggal 26 Januari 2018).