

ABSTRAK

Traveling kini mulai digemari oleh sebagian besar orang Indonesia, khususnya kaum milenial. Keberadaan *influencer* atau *fashion blogger* yang sering membagikan dokumentasi kegiatan mereka di media sosial ke tempat-tempat yang estetik dan indah seperti pantai, pegunungan, *caffe* atau *coffeshop* dengan arsitektur yang *instagramable* sehingga membuat masyarakat khususnya kaum *milenial* yang berusia rata-rata 20 hingga 35 tahun memiliki keinginan untuk melakukan hal tersebut. Generasi milenial menyukai *traveling* yang unik, baru dan memiliki tantangan yang berbeda, gaya *traveling* seperti ini yang akhirnya melahirkan banyak tempat wisata baru yang *instaramable* dengan *view* dan *spot* foto yang menarik. Dengan meningkatnya minat melakukan aktivitas *traveling* menyebabkan pertumbuhan yang cukup signifikan terhadap produk *fashion* dan aksesoris khususnya yang memiliki nilai fungsional yang tinggi. Sehingga fenomena ini memiliki peluang untuk dikembangkan menjadi peluang bisnis baru dibidang aksesoris *fashion* sepatu dengan *embellishment* dekoratif yang dibuat secara *handmade* dan *crafty*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang dilakukan meliputi studi literatur, observasi, wawancara dan eksplorasi. Didalam penelitian ini, penulis dapat menemukan peluang bisnis baru untuk membuat *brand* sepatu *traveling* wanita dengan target *market* kaum milenial guna memenuhi kebutuhannya saat melakukan aktivitas *traveling*.