

Potensi Ekspor Kerajinan Makrame Buatan Indonesia di Pasar Amerika Serikat

Aiko Putri Az-Zahra^{1*}, Fidda Alifia Gunsu¹, Nabilah Qanita Salsabila¹

¹ Program Studi Perdagangan Internasional Wilayah ASEAN dan RRT, Politeknik APP Jakarta, Indonesia

Corresponding Author: fiddaag@gmail.com^{1*}

Article History

Received : 21-11-2024

Revised : 03-12-2024

Accepted : 11-12-2024

Keywords: *Export; E-commerce; Macrame; United States*

ABSTRAK

Penelitian ini membahas mengenai analisis SWOT kerajinan tangan makrame menggunakan tali katun yang memerlukan keterampilan tinggi, ketelitian, dan waktu dalam pembuatannya sehingga mempunyai nilai jual. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman, strategi pemasaran produk, pembuatan produk, dan ekspor, terutama ke pasar Amerika Serikat. Data analisis ini diambil dengan metode kualitatif melalui data sekunder dan mengidentifikasi kondisi pasar, peluang, serta hambatan dalam proses ekspor. Hasil penelitian menunjukkan bahwa makrame memiliki potensi besar untuk diekspor dan pemasaran melalui media sosial serta platform e-commerce dapat meningkatkan penjualan global. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan akan dapat membantu memperluas jangkauan pasar para pengrajin makrame di e-commerce internasional.

ABSTRACT

This research discusses the SWOT analysis of macrame handicrafts using cotton ropes that require high skill, accuracy, and time in making so that they have selling value. The purpose of this study is to determine the identification of strengths, weaknesses, opportunities, threats, product marketing strategies, product manufacturing, and exports, especially to the United States market. The data for this analysis was taken with a qualitative method through secondary data and identifying market conditions, opportunities, and obstacles in the export process. The results show that macrame has great potential to be exported and marketing through social media and e-commerce platforms can increase global sales. With this research, it is hoped that it will help expand the market reach of macrame artisans in international e-commerce.

PENDAHULUAN

Makrame merupakan merek kerajinan tangan yang dapat membuat berbagai macam karya unik, termasuk dekorasi rumah tangga, aksesoris, pakaian, dan banyak lagi. Banyak orang yang bisa mempelajari teknik makrame untuk membuat suatu produk atau barang. Menurut Daryanto & Indrajaya (2019), Makrame dibawa pertama kali dari negara Turki,

makrame memiliki arti yaitu untuk menggambarkan rumbai-rumbai, dan puncak terkenal makrame ada pada abad ke-13. Lalu, pada abad ke-19, mulai di ekspor ke negara Amerika yang diperkenalkan oleh salah seorang pedagang dari Arab yang disebarluaskan melalui jalur perdagangan yang mengisi waktu luang selama perjalanan berlayar.

Makrame mempunyai nilai estetika yang dilihat dari keunikan dan rangkaian simpul yang dibuat menggunakan keterampilan tangan dengan tingkat kesusahan yang cukup susah, sehingga dibutuhkan ketepatan dan ketelitian pada proses pembuatan (Sabilla, 2021). Saat pembuatan makrame harus teliti karena perlu dilihat detail-detail serta ikatan simpulnya agar tidak mengalami kesalahan. Makrame dapat dibuat dengan semua kalangan umur, bahkan siswa pun bisa mempraktekan di dalam sekolah dan hal ini dapat meningkatkan minat serta kemampuan dalam pembuatan makrame (Al'azmi, 2024). Dalam pembuatannya juga kita harus membuat ciri khas, bentuk yang unik, dan juga arti dari setiap karyanya untuk membuat konsumen ataupun yang melihat karya kita bisa menikmati ataupun tertarik untuk membeli. Selain itu, konsumen juga akan memiliki hasil karya yang punya nilai seni atau keunikan masing-masing dari produk makrame yang dibuat.

Menurut Adiro & Zubaidah (2021), dengan pembuatannya yang tidak menggunakan mesin, membuat pembuatan karya makrame ini cukup memakan waktu sehingga karya ini memiliki nilai jual yang cukup tinggi. Menurut Purbandari dkk (2018), Kurangnya juga pengrajin makrame membuat produk ini memiliki permintaan banyak permintaan tetapi tidak dapat mencukupi untuk memenuhinya sehingga mengakibatkan kurangnya jumlah produksi makrame yang bisa dijual di pasar internasional. Hal ini bisa menjadi peluang Indonesia untuk mencoba memenuhi permintaan produk makrame yang unik dan menarik di pasar Internasional. Tetapi, peluang yang ada tentunya mempunyai hambatan untuk dapat bersaing di pasar internasional.

Indonesia memiliki kemampuan untuk mengekspor hasil dari kerajinan tangan makrame ke pasar internasional, terutama ke Amerika Serikat, yang menjadi salah satu pasar ekspor yang paling besar di global. Ekspor sendiri adalah salah satu sumber devisa yang sangat dibutuhkan oleh negara, karena ekspor dapat meningkatkan jumlah produksi yang mendorong pertumbuhan ekonomi (Gading, 2024). Dari bentuk produk yang dihasilkan, produk makrame di Indonesia juga memiliki warna dan corak yang unik berbeda dari produk yang sama dijual dalam pasar internasional. Keunikan produk inilah yang dapat menjadi daya tarik bagi konsumen yang berada di luar negeri, terutama konsumen yang berasal dari negara Amerika Serikat. Pembeli yang berasal dari luar negeri tertarik ingin membeli produk kerajinan tangan makrame di Indonesia karena pengrajin makrame di Indonesia banyak yang membuka pesanan sesuai desain yang diminta jadi desainnya tidak terlalu monoton sehingga hal tersebut membuat pelanggannya puas dan menjadi nilai lebih dalam persaingan pasar.

Agar dapat menembus pasar Amerika Serikat, Indonesia harus meningkatkan kualitas desain produk untuk dapat memasarkan ke luar negeri. Menurut Hetami (2021) Upaya yang dapat dilakukan salah satunya yaitu dengan membuat workshop mengenai peningkatan dan mutu produk agar pengrajin dapat menghadapi persaingan yang ketat. Selain itu, kurangnya

informasi manfaat dari menjual makrame membuat banyak masyarakat belum tertarik untuk mulai mencoba. Menurut Kusumo (2011) Padahal, dari tali yang disimpulkan akan menghasilkan sebuah karya hiasan dinding dapat dijual dengan harga yang mencapai jutaan. Tetapi, hal itu juga tidak mudah dibutuhkan ilmu dasar dalam pembuatannya mulai dari teknik, alat-alat yang dibutuhkan, hingga informasi tempat memasarkan atau menjual melalui media sosial dan e-commerce yang bisa membantu memperkenalkan dan menjual produk makrame lokal sampai masuk ke pasar internasional. Menurut Azizah (2024) Media sosial memiliki peran besar dalam menentukan potensi yang dicari karena di media sosial hal-hal seperti ulasan produk, rekomendasi, hingga berita dapat tersebar dengan cepat. Tentu, penggunaan media sosial sebagai alat pemasaran juga dapat sangat bermanfaat dalam mendukung potensi ekspor produk.

METODE PENELITIAN

Dalam penyusunan penelitian Potensi Ekspor Kerajinan Makrame Buatan Indonesia di Pasar Amerika Serikat menggunakan metode analisis, analisis data yaitu dengan menggunakan analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam potensi ekspor ke negara Amerika Serikat. Dengan menggunakan analisis SWOT dapat membantu dalam memahami posisi kompetitif untuk produk-produk kerajinan makrame buatan Indonesia di pasar internasional. Sedangkan untuk pembuatan rincian, rangkuman, mensintesis berbagai sumber literatur yang relevan seperti artikel jurnal Nasional dan buku yang didapat dari Google Scholar, *Publish or Perish*, Academia dan Shinta yaitu menggunakan metode penelitian kualitatif dengan penggunaan data sekunder. Yang bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai kondisi pasar, peluang dan kendala yang dihadapi dalam berbagai proses ekspor, serta tren konsumen. Selain itu data dilakukan dengan menggunakan teknik tinjauan literatur, untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai situasi atau topik sosial yang berkaitan dengan potensi ekspor kerajinan makrame di pasar Amerika Serikat, peluang ekspor, hambatan perdagangan, serta rekomendasi strategi untuk eksportir kerajinan makrame yang ada di Indonesia. Data yang sintesis melalui tinjauan literatur yang menyeluruh, latar belakang, juga untuk menyoroti perkembangan terkini dalam industri makrame untuk menunjukkan bahwa produk-produk Indonesia mulai merambah ke pasar internasional, khususnya Pasar Amerika Serikat. Langkah-langkah dalam penelitian ini meliputi pencarian literatur dengan menggunakan kata kunci seperti “ekspor”, “makrame”, “e-commerce”, dan “Amerika Serikat”. Setelah data-data terkumpul, peneliti lalu mengelompokkannya berdasarkan tema tertentu seperti strategi, permintaan, dan analisis pasar. Kemudian, analisis dilakukan untuk menemukan perbedaan atau kesamaan di antara berbagai sumber terkait dengan potensi dan tantangan dalam mengeksport kerajinan makrame di pasar Amerika Serikat. Hasil dari analisis ini diharapkan dapat memberikan gambaran menyeluruh mengenai potensi kerajinan makrame buatan Indonesia di pasar Amerika Serikat. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategi untuk para eksportir yang berfokus pada peningkatan kualitas produk dan memanfaatkan platform digital untuk memperluas jangkauan pasar juga mengetahui

bagaimana potensi ekspor kerajinan makrame di pasar internasional terutama di pasar Amerika Serikat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Makrame merupakan salah satu jenis anyaman simpul yang menggunakan tali katun yang berwarna-warni atau satu warna. Makrame dibuat dengan cara menyimpulkan tali dengan kreasi sendiri sehingga membentuk pola indah dan menghasilkan produk yang punya nilai jual yang tinggi karena pembuatannya yang tergolong susah dan tidak kebanyakan orang dapat meniru. Makrame dikenal sebagai barang dekoratif biasanya digunakan untuk dekorasi ruangan contohnya sebagai tirai jendela, hiasan dinding, partisi ruangan, dan taplak meja. Makrame juga bisa dikreasikan sebagai barang pakai contohnya gelang, tas, dan dompet.



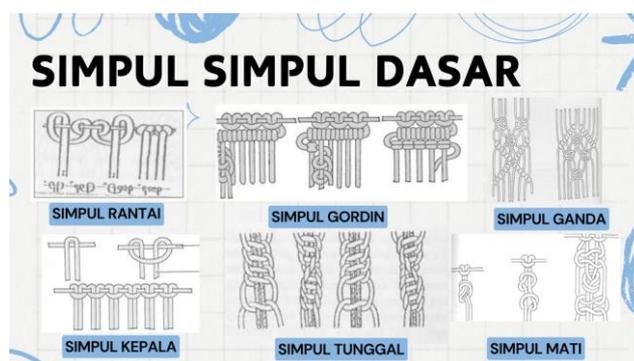
Sumber: Instagram, 2023

Gambar 1. Foto Tirai Unggahan akun taritalimacrame

Banyak cara untuk menjadi pengrajin makrame dapat dilakukan dengan mengikuti kelas online, pelatihan-pelatihan yang ada, ataupun otodidak. Kelas online bisa memilih gratis dan berbayar, yang gratis bisa diakses dari aplikasi Youtube banyak sekali pengrajin makrame yang sudah handal membuat video pembuatan karya makrame mulai dari tutorial untuk pemula, sampai tutorial bentuk-bentuk yang unik. Online yang berbayar biasanya diinformasikan melalui akun pribadi pengrajin makrame, biasanya akan diajarkan melalui aplikasi Zoom yang nantinya pengrajin makrame bisa melihat progres pengrajin pemula secara virtual dalam pembuatannya bisa juga menanyakan tips atau hal yang susah dalam pembuatannya secara langsung kepada pengrajin yang sudah ahli. Mengikuti pelatihan-pelatihan, biasanya dilakukan oleh para mahasiswa-mahasiswi yang sedang melakukan pengabdian masyarakat biasanya dilakukan di tempat-tempat seperti panti ataupun sekolah-sekolah, hal ini bisa membantu untuk mencari pengrajin muda makrame lebih banyak dan melalui pelatihan bisa menemukan bakat terpendam dalam diri. Otodidak, dengan memanfaatkan

waktu luang mencoba mempelajari dan mempraktikkan sendiri berbagai macam simpul yang memang ingin lebih berkreasi dalam seni makrame.

Terdapat banyak jenis simpul-simpul dasar untuk membuat makrame yaitu yang pertama Simpul Kepala, ini merupakan cara simpul pertama dalam pembuatan makrame caranya dengan mengulurkan tali biasanya dibuat berulang dengan jumlah sesuai kebutuhan dan berantai kesamping untuk memperlebar tali. kedua, Simpul Rantai, pada simpul ini tali terbagi menjadi dua fungsi yaitu tali garapan dan tali pasangan caranya dengan membuat simpul jangkar dulu lalu tali garapan dan pasangan dilingkarkan secara bergantian, buat secara berulang sampai mencapai panjang yang diinginkan. Ketiga, Simpul Mati yaitu simpul yang dibuat untuk mengikat hasil simpul kita sebelumnya agar tali yang sudah disimpulkan tidak dapat terlepas dengan sendirinya. Keempat, Simpul Tunggal yaitu simpul yang paling mudah dibuat karena mudah divariasikan sesuai dengan keinginan kita sendiri sehingga punya variasi yang unik dan menarik. Kelima, Simpul Ganda yaitu simpul yang menggunakan dua tali yang berbeda yang disisipkan, tali bisa menggunakan warna yang berbeda-beda agar terlihat jelas hasil bentuk sisipan. Keenam, Simpul Gordian yaitu deretan simpul yang membentuk deretan garis yang bergandengan terputus-putus, simpul ini bisa menggunakan gaya vertikal atau horizontal sesuai keinginan pengrajin, biasanya digunakan untuk membuat tirai dan partisi ruangan.



Sumber: Google, 2024

Gambar 2. Foto Simpul-Simpul Dasar Makrame

Simpul-simpul di atas diperlukan beberapa alat yang dipakai dan dapat membantu dalam pembuatan produk makrame. Pertama, Tali katun adalah jenis tali yang dibuat dari serat kapas alami digunakan untuk pembuatan kerajinan makrame karena memiliki tekstur yang lembut dan lentur mudah untuk dikreasikan berbagai bentuk dan diikat simpul makrame. Kedua, kayu sebagai penumpu tali hasil simpul makrame biasanya digunakan untuk karya makrame yang digantung. Ketiga, Gunting diperlukan untuk membantu memotong tali katun yang dibutuhkan sesuai dengan keinginan pengrajin agar pas dan rapi hasilnya. Keempat, Pita Ukur digunakan untuk mengukur kebutuhan tali agar hasil tali nya presisi antara satu dengan yang lain. Kelima, Jarum *Tapestry* sebagai alat tambahan yang dapat membantu merapikan atau memperbaiki simpul-simpul pada saat pembuatan makrame. Keenam sikat atau sisir untuk membantu menyisir ujung tali agar halus dan rapi dan terlihat lurus.



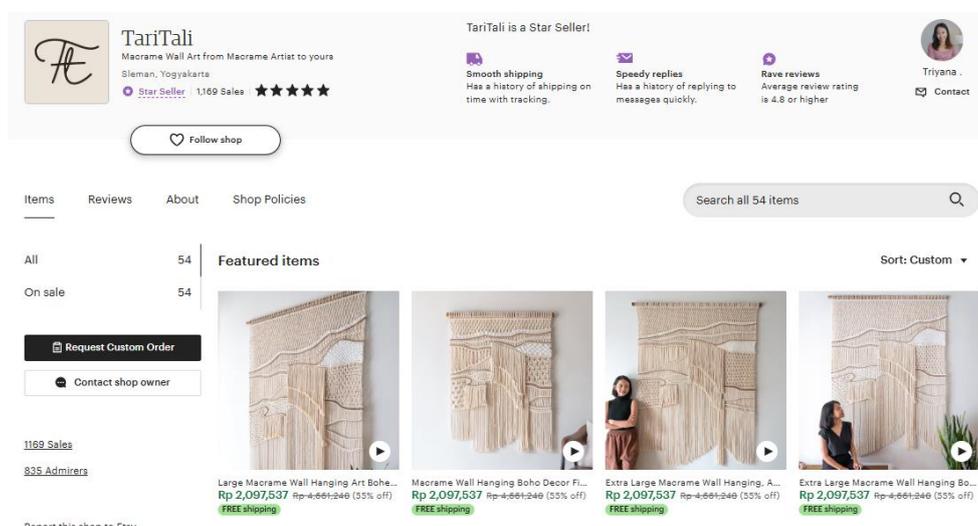
Sumber: Google, 2024

Gambar 3. Foto Alat-Alat Makrame

Saat ini produk makrame merupakan salah satu produk hasil kerajinan tangan yang semakin dicari di pasar internasional, salah satunya Amerika Serikat. Negara-negara yang memiliki produk keterampilan makrame yang unik bisa bersaing di pasar internasional, salah satunya negara Indonesia yang terkenal dengan pengrajin-pengrajin makrame yang mampu membuat simpul-simpul yang khas dan unik yang bisa menggabungkan budaya yang ada di Indonesia menjadi nilai seni tambahan pada karya makramenya, sehingga Indonesia dilihat punya banyak potensi untuk ekspor makrame ini ke Amerika Serikat. Dalam menawarkan produk di pasar luar negeri tentu dibutuhkan sebuah tempat untuk bisa menawarkan dan memperkenalkan produk kita. Oleh karena itu, dibutuhkannya *e-commerce*. Banyak platform *e-commerce* yang dapat membantu pengrajin makrame mengeksport hasil produknya, salah satunya Etsy, Alibaba, Bonanza dan Ebay.

Pertama, Etsy yaitu salah satu platform *e-commerce* yang bisa untuk membantu menjual produk khususnya kerajinan tangan, barang-barang jadul, dan produk kerajinan lainnya di pasar internasional. Platform ini sangat cocok bagi para pengrajin makrame di Indonesia bisa mengeksport ke Amerika Serikat hingga Eropa, selain itu target pasarnya sudah spesifik untuk menarik pembeli yang memang sedang mencari barang yang unik seperti kerajinan makrame. Kedua, Alibaba yaitu Platform *e-commerce business to business* (B2B) terbesar di dunia, ini merupakan suatu kesempatan bagi pengrajin makrame untuk menjalin kerja sama dengan konsumen yang menginginkan produk makrame dalam jumlah banyak seperti distributor atau pengecer di Amerika Serikat atau di negara manapun. Ketiga, eBay sama seperti Alibaba menjadi *e-commerce business to business* (B2B), selain itu eBay dapat membantu menangani Bea Cukai dan biaya pengiriman, sehingga pengrajin makrame tidak perlu susah lagi mengurusnya dan tentu platform ini sudah dikenal oleh banyak negara sehingga bisa ekspor ke Amerika Serikat atau negara manapun. Berikut merupakan gambar salah satu pengrajin makrame asal Yogyakarta yang memanfaatkan Instagram dan web *e-commerce* Etsy untuk

mengeksplor dan memperkenalkan produk kerajinan makramenya, pemiliknya memiliki akun bernama *taritalimacrame*.



Sumber: Etsy, 2024

Gambar 4. menu halaman web Etsy *taritalimacrame*

Dari halaman e-commerce yang dimiliki pengrajin asal Indonesia yang juga salah satu pemilik media sosial juga bernama *taritalimacrame* berhasil menjual karyanya ke pasar internasional melalui e-commerce yang bernama Etsy. Beliau juga berhasil menjual karya makramenya mencapai seribu lebih pembeli dengan sekitar dua ratus orang yang memberikan rating ke tokonya. Harga yang dijual juga menyesuaikan besar dari karya makramenya dengan harga kisaran mencapai 2 juta sampai 5 juta. Hal ini membuktikan bahwa produk makrame memang bisa dijual ke luar negeri menggunakan e-commerce dan membantu konsumen asal amerika serikat mudah untuk membeli makrame asal indonesia. Tentu, harga menyesuaikan dengan waktu pengerjaan dan tenaga yang perlu dihitung jadi tidak heran kenapa makrame dapat dijual dengan harga jutaan.

Sebenarnya, seni makrame ini sudah banyak diminati oleh konsumen luar negeri. Sebagian dari mereka yaitu datang langsung ke Indonesia yang tinggal atau sedang berlibur di Bali yang secara tidak langsung membuat produk makrame lokal terkenal di pasar tradisional. Melalui pasar tradisional yang ada di tempat-tempat wisata, ini dapat mendukung menaikkan penjualan kerajinan tangan lokal. Selain itu, ini juga menambah penghasilan bagi orang-orang setempat yang berjualan. Konsumen asing lebih menyukai bertemu langsung oleh pengrajin makrame karena lebih mudah berkomunikasi secara langsung untuk menentukan desain atau model, melihat proses secara langsung dalam pembuatan dan mengambil langsung hasil kerajinan sehingga mengurangi biaya pengiriman barang ke negara mereka.

Menurut Rais (2022) dibutuhkan analisis terhadap bisnis yang dijalani untuk mendukung berhasilnya sebuah perencanaan tersebut dan analisis yang biasanya digunakan dalam bisnis ialah analisis SWOT. Strengths (Kekuatan) adalah kompetisi khusus yang memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan di pasar. Weakness (kelemahan), adalah

keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan, dan kapabilitas yang secara efektif menghambat kinerja. *Opportunities* (peluang), adalah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan, dan *Threats* (ancaman), adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan (Mashuri, 2020).

Dari pembahasan mengenai penjelasan umum mengenai makrame dan juga peluang untuk bisa mengeksport sampai mencapai pasar internasional. Dapat diambil pokok yang disajikan dalam rangkuman analisis SWOT pada Tabel berikut:

Tabel 1. Analisis SWOT Kerajinan Makrame Buatan Indonesia Bersaing dalam Pasar Amerika Serikat

<u><i>Strengths:</i></u>	<u><i>Weaknesses:</i></u>	<u><i>Opportunities:</i></u>
<ul style="list-style-type: none"> ● Adanya tenaga kerja lokal yang dapat membuat Makrame ● Desain dan warna bisa di <i>custom</i> sesuai dengan keinginan pembeli dari Amerika ● Penggunaan bahan baku yang mudah dicari dan digunakan ● Adanya media sosial yang dapat mendukung promosi penjualan sampai ke pasar Amerika 	<ul style="list-style-type: none"> ● Jumlah pengrajin makrame yang terbatas sehingga produksi dalam negeri kurang ● Kurangnya pengetahuan mengenai penjualan ke luar negeri terutama amerika serikat ● Pembuatannya yang cukup memakan waktu ● Biaya produksinya yang lebih tinggi karena pembuatannya yang tidak menggunakan mesin 	<ul style="list-style-type: none"> ● Adanya tren dekorasi rumah dengan gaya bohemian di Amerika serikat ● adanya peminat dekorasi karya makrame di amerika serikat ● Dapat berkolaborasi dengan <i>influencer</i> atau seniman internasional ● Adanya <i>e-commerce</i> yang menjual khusus kerajinan tangan
<u><i>Threats:</i></u>	<u><i>SO (Strengths-Opportunities):</i></u>	<u><i>WO (Weaknesses-Opportunities):</i></u>
<ul style="list-style-type: none"> ● Persaingan harga produk dengan yang lebih murah ● Perubahan tren dan kesukaan konsumen ● Karya desain yang 	<ul style="list-style-type: none"> ● Menggunakan media sosial seperti Instagram dan Facebook untuk membantu mempromosikan produk makrame 	<ul style="list-style-type: none"> ● Mengadakan seminar dan pelatihan untuk meningkatkan hasil dan kualitas produk makrame ● Memakai strategi

<p>ditiru</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kenaikan harga alat-alat untuk membuat makrame 	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat kerja sama dengan <i>influencer</i> untuk memperkenalkan produk di lokal hingga mancanegara • Meningkatkan penjualan hingga hingga luar negeri menggunakan aplikasi <i>e-commerce</i> seperti etsy dan alibaba • Menawarkan pemesanan secara <i>custom</i> yang sesuai dengan tren yang ada 	<p>pemasaran digital untuk meningkatkan pengetahuan mengenai minat konsumen luar negeri</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mengikuti standar kualitas yang ada di pasaran internasional untuk menghasilkan produk yang lebih konsisten • Bekerjasama dengan mitra bisnis lain untuk memperbanyak produksi
	<p><u>ST (Strengths-Threats):</u></p>	<p><u>WT (Weaknesses-Threats):</u></p>
	<ul style="list-style-type: none"> • Memperkuat keunikan yang ada dalam makrame agar bisa bersaing • Membuat rencana harga untuk mengatasi kenaikan harga baku • Mengurus pembuatan paten atau trademark untuk melindungi dari produk yang plagiat • Mengikuti perkembangan tren untuk dapat menarik pembeli dan juga bisa bersaing 	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat standarisasi produk untuk dapat meningkatkan kualitas produk • dapat mengurangi biaya produksi yang tinggi dengan efisiensi dalam proses pembuatan makrame • meningkatkan pelatihan untuk dapat menghasilkan produk yang lebih baik • melihat tren untuk menyesuaikan pemasaran produk makrame, agar ada yang membeli

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa kerajinan tangan makrame memiliki potensi besar untuk diekspor ke pasar Amerika Serikat karena produknya sangat menarik karena unik dan memiliki nilai estetika. Analisis menunjukkan bahwa peluang untuk memperkenalkan makrame Indonesia masih ada, meskipun ada beberapa masalah seperti jumlah pengrajin yang terbatas dan kurangnya pengetahuan tentang pasar internasional. Pengrajin dapat lebih mudah menjangkau pelanggan di seluruh dunia dengan memanfaatkan platform e-commerce dan media sosial. Oleh karena itu, untuk tetap bersaing di pasar yang semakin kompetitif ini, pengrajin harus meningkatkan kualitas produk dan tingkat kreativitas mereka.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengrajin makrame di Indonesia harus lebih aktif mempelajari tren pasar dan strategi pemasaran kontemporer dan bekerja sama dengan platform e-commerce untuk memperluas jangkauan pasar mereka. Untuk meningkatkan daya saing produk makrame di pasar internasional, juga diperlukan pelatihan tentang teknik pembuatan dan pemasaran produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiro, A.P., & Zubaidah (2018, February 1). Transformasi Bentuk Flora ke Dalam Elemen Dekorasi Interior Menggunakan Teknik Makrame
<https://ejournal.yasin-alsys.org/alldyas/article/view/1226/974>
- Al'azmi, M. I., Fatimah, M. F., Rahmani, A., Putri, S. A., & Atamtajani, A. S. M. (2024). Pengembangan minat siswa terhadap kerajinan makrame melalui pelatihan teknik dasar pembuatan hiasan dinding makrame. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 8(2), 1147–1156.
<https://journal.ummat.ac.id/index.php/jpmb/article/view/23050>
- Azizah, K. N., & Amrullah, R. S. (2024, Januari 5). Penggunaan media sosial dan e-commerce sebagai media pemasaran dalam mendukung potensi ekspor produk. *Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 2(1), 178–188.
<http://jurnal.kolibri.org/index.php/neraca/article/view/710/675>
- Badan Pusat Statistik. (2024, February 15). Perkembangan ekspor dan impor Indonesia.
<https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2024/02/15/2335/ekspor-januari-2024-mencapai-us-20-52-miliar--turun-8-34-persen-dibanding-desember-2023-dan-impor-januari-2024-senilai-us-18-51-miliar--turun-3-13-persen-dibanding-desember-2023.html>
- Charis, J. C. C., otty, G. V., Wiraputra, A. L., & Parani, R. (2023). Kekuatan Pemasaran Digital: Analisis Dampak Iklan, Celebrity Endorsement, Dan Influencer Marketing Terhadap Niat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 3(3), 709–714.
<https://doi.org/10.47233/jkomdis.v3i3.1217>

- Daryanto, W.M, & Indrajaya, A.N. (2019, November 1). Pelatihan seni Keterampilan Makrame dan Penjualan Online untuk Remaja Putri di Panti Asuhan Darusholihat. <https://jscd.ipmi.ac.id/index.php/jscd/article/view/1/1>
- Gading, Putri Salamah and, Siti Fatimah Nurhayati, S.E, M.Si (2024) *Ekspor Kerajinan Tangan "Theme Beads Bracelet" ke Pasar Internasional*. https://eprints.ums.ac.id/121764/1/E-PRINT%20PUTRI%20SALAMAH%20GADING_B300200335_EKONOMI%20PEMBANGUNAN%20UMS.pdf
- Hetami, A. A., Fourqoniah, F., Aransyah, M. F., Wediawati, T., Arsyad, A. W., Farmawati, W. K., Sari, D. W., & Derama, T. (2021). Peningkatan dan pengembangan mutu produk pengrajin kerajinan tangan di Kota Samarinda. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 5(6), 3591–3601. <https://journal.ummat.ac.id/index.php/jmm/article/download/5822/pdf>
- Juli Atika., Laras Purwanti (2022, 01 April 24). PEMANFAATAN SENI KERAJINAN TANGAN MAKROME UNTUK DEKORASI RUANGAN DENGAN KONSEP ART DECO. Potensi Utama Medan University. 2829-0186. <https://prin.or.id/index.php/JURSENDEM/article/download/226/241>
- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (n.d.). *INATRIIMS - Country Information*. Retrieved December 10, 2024, from <https://inatrim.kemendag.go.id/country/all>
- Kusumo, A. (2011, Januari). ROMANTISME MOTOR ANTIK SEBAGAI SUMBER IDE PERANCANGAN KARYA TEKSTIL. <https://digilib.uns.ac.id/dokumen/download/21299/NDI2ODY=/Romantisme-Motor-Antik-Sebagai-Sumber-Ide-Perancangan-Karya-Tekstil-Binder1.pdf>
- Mashuri, M., & Nurjannah, D. (2020). Analisis SWOT sebagai strategi meningkatkan daya saing (Studi pada PT. Bank Riau Kepri Unit Usaha Syariah Pekanbaru). *PS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 1(1), 97–112. <https://www.ejournal.stiesyariahbengkalis.ac.id/index.php/jps/article/view/205/200>
- Purbandari, T., Immanuela I., & Handayani D. (2018). PKM MELALUI USAHA MACRAME UNTUK MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN EKONOMI KELUARGA DI KELURAHAN MANISREJO, KOTA MADIUN. <https://www.academia.edu/download/71983191/212.pdf>
- Putri, W. A., & Rahmawati, Y. (2024). Pelatihan pembuatan kerajinan tangan dari benang macrame pada anak-anak di Desa Wisata Sangurejo Kecamatan Turi Kabupaten Sleman. *Kurnia Mengabdikan: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 83-89. <https://doi.org/10.61476/zk041362>
- Rais, M. A., Azhad, M. N., & Izzudin, A. (2022). Penentuan strategi pemasaran UMKM menggunakan analisis SWOT. *Budgeting: Journal of Business, Management and*

Accounting, 3(2), 164–175.
<https://journal.ipm2kpe.or.id/index.php/BUDGETING/article/view/3874/236>

Sabilla, M. (2021, Desember 2). Perancangan Backdrop untuk Pernikahan menggunakan teknik Makrame.

<https://jurnal.isi-ska.ac.id/index.php/TXT/article/view/2807>

Setiofitria, N., & Hendrawan, A. (n.d.). Pengaplikasian Teknik Stensil dengan Pewarna Indigofera pada Produk Fesyen. *School of Creative Industries, Telkom University, Bandung, Indonesia*. Retrieved from <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/artdesign/article/download/11280/11144>