Jurnal Bisnis, Ekonomi Syariah, dan Pajak (JBEP)
Volume. 2 Nomor. 2 Juni 2025
e-ISSN: 3046-9864; p-ISSN: 3046-9880, Hal. 213-219
DOI: https://doi.org/10.61132/jbep.v2i2.1119
Available online at: https://ejournal.areai.or.id/index.php/JBEP

Inovasi Macrame Menjadi Produk Kreatif dalam Praktik Kewirausahaan dengan Nama Brand CHARMEE

Erwin Putra Rasul Dafana[1],Ni Made Arsita Kusumadewi[2],
Ivonia Auxiliadora Freitas Marcal[3],Muhammad Yasin[4]
[1,2,3,4] Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Email: erasuldafana@gmail.com[1],madewi18@gmail.com[2],ivoniamarcal163@gmail.com[3],
yasin@untag-sby.ac.id[4]

Alamat: Jl. Semolowaru no. 45 Surabaya
Korespondensi penulis: erasuldafana@gmail.com

Abstract. *The trend of handmade accessories, particularly macrame holders, has experienced significant growth alongside increasing public interest in products that emphasize both aesthetic value and multifunctionality. This study aims to provide an in-depth analysis of the marketing strategies implemented for CHARMEE, the Macrame Multifunction Holder, highlighting the integration of artistic elements, innovative design, and practical utility within handicrafts. Employing a qualitative descriptive method, primary data were collected through surveys of 35 respondents aged 20–35 years. The findings reveal that the use of high-quality materials, designs that are responsive to market trends, and the strategic utilization of social media and digital platforms for promotion are the main factors driving the product's appeal and competitiveness. These results affirm that handmade products, when combined with creative and innovative marketing strategies, possess substantial potential to develop as high-value economic ventures in the era of creative entrepreneurship. The implications of this study underscore the importance of continuous innovation and adaptability to market dynamics in maintaining business relevance and sustainability.*

Keywords: *Creative Product, Digital Marketing, Handmade Accessories, Macrame Holder, Youth Trends*

Abstrak. Tren aksesoris handmade, khususnya produk macrame holder, mengalami pertumbuhan pesat seiring meningkatnya minat masyarakat terhadap produk yang mengedepankan nilai estetika dan multifungsi. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam strategi pemasaran yang diterapkan pada produk CHARMEE, Macrame Multifunction Holder, dengan menyoroti integrasi antara unsur seni, inovasi desain, dan kegunaan praktis dalam kerajinan tangan. Penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif, dengan data primer diperoleh melalui survei kepada 35 responden berusia 20–35 tahun. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan bahan berkualitas, desain yang adaptif terhadap tren pasar, serta pemanfaatan media sosial dan platform digital sebagai sarana promosi merupakan faktor utama yang mendorong daya tarik dan daya saing produk di pasar. Temuan ini menegaskan bahwa produk handmade yang dipadukan dengan strategi pemasaran kreatif dan inovatif memiliki potensi besar untuk berkembang sebagai usaha bernilai ekonomi tinggi di era kewirausahaan kreatif. Implikasi penelitian ini menunjukkan pentingnya inovasi berkelanjutan dan adaptasi terhadap dinamika pasar guna mempertahankan relevansi dan keberlanjutan bisnis.

Kata Kunci: Aksesoris Handmade, Macrame Holder, Pemasaran Digital, Tren Remaja, Produk Kreatif

1. LATAR BELAKANG

Dalam beberapa tahun terakhir, tren aksesoris handmade telah mengalami kenaikan. Salah satu produk yang menarik perhatian adalah macrame, yakni seni simpul tali yang menciptakan berbagai kerajinan yang unik dan estetik (Rahmawati & Vahlia, 2019). Selain berfungsi sebagai elemen dekoratif, macrame juga memiliki nilai seni yang tinggi dan daya tarik tersendiri bagi para pecinta produk handmade. Usaha macrame memiliki potensi yang sangat besar mengingat permintaan pasar yang terus berkembang baik untuk kebutuhan aksesoris pribadi maupun sebagai souvenir pernikahan.

Received: April 30, 2025; Revised: Mei 30, 2025; Accepted: Juni 07, 2025;
Online Available: Juni 10, 2025;

Seiring dengan berkembangnya jaman, kini produk macrame holder sedang menjadi tren dikalangan remaja perempuan, hal ini dikarenakan gaya estetik sedang popular di beberapa platform Instagram dan Tiktok. Banyak influencer yang membagikan koleksi gantungan kunci mereka, yang mendorong tren ini semakin berkembang dikalangan anak muda sekarang. Tren menggantungkan barang di totebag, backpack semakin popular sebagai hiasan pada tas agar lebih terlihat stylish dan menarik.

Dengan desain yang unik dan fleksibilitas dalam kreasi, usaha ini menawarkan beragam produk, salah satunya adalah sebagai multifungsi holder lip balm, parfum, hand sanitizer, dan roll-on minyak angin. Budget yang diperlukan pun juga terbilang cukup murah dan proses pembuatannya pun cukup mudah untuk dipahami. Charm holder yang memiliki desain minimalis, berwarna pastel, atau gemas sering kali menjadi incaran, apalagi charm holder yang juga memiliki fungsi untuk menyimpan sesuatu barang yang ukurannya kecil.

Secara keseluruhan, tren macrame holder ini berkembang karena adanya gabungan antara nilai estetika, fungsi, dan efek sosial media. Melihat peluang yang ada, maka muncullah ide bisnis macrame menjadi pilihan yang tepat, terutama bagi mereka yang memiliki kreativitas serta minat dalam produk handmade. Dengan strategi pemasaran yang efektif, seperti memanfaatkan media sosial dan platform marketplace online, usaha ini dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan tumbuh secara signifikan. Dalam era kewirausahaan kreatif saat ini, produk kerajinan tangan memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai produk bernilai ekonomi tinggi. CHARMEE, Macrame Multifunction Holder muncul sebagai salah satu produk yang inovatif, mengintegrasikan nilai keindahan, kegunaan, dan seni kerajinan tradisional. Dari uraian tersebut didapat rumusan masalah 1) Bagaimana gamabaran usaha produk macrame ini?, 2) Apa saja bahan yang digunakan untuk membuat produk dan cara menciptakan desain yang unik?, 3) Bagaimana pemasarasan 4P dalam produk ini?.

2. KAJIAN TEORITIS

Kewirausahaan

Menurut Nani, 2016, halaman 86 pada thesis (Pratama, 2019) “Entrepreneurship is about identifying an opportunity, innovating and setting up a business.” kewirausahaan adalah tentang mengidentifikasi kesempatan, berinovasi dan mendirikan bisnis. Lalu menurut Looi & Lattimore (2015: 1) Kewirausahaan adalah sumber inovasi, penciptaan lapangan kerja dan pertumbuhan ekonomi, karena itu sangat penting untuk menarik kaum muda dan yang berpendidikan untuk menjadi wirausahawan.

Kompetensi kewirausahaan ini tidak sepenuhnya terpisah dari karakteristik pribadi pengusaha, sifat, dan motivasi dideskripsikan sebagai kombinasi karakteristik individu (internal) dan faktor eksternal, seperti sifat, motif, citra diri, pengetahuan khusus, peran sosial, dan keterampilan yang menghasilkan penciptaan usaha, kelanggengan maupun pertumbuhannya (Suryana & Burhanuddin, 2021)

Bisnis

Bisnis menurut Griffin dan Ebert, 2008 dalam Thesis (Rudi, 2014) merupakan aktifitas yang menyediakan barang atau jasa yang diperlukan atau diinginkan oleh konsumen. Bisnis dalam arti luas adalah suatu istilah umum yang menggambarkan suatu aktivitas dan institusi yang memproduksi barang dan jasa dalam kehidupan sehari-hari.

Pengambilan Keputusan

Pengambilan keputusan merupakan suatu pendekatan yang sistemasis terhadap hakekat suatu permasalahan, pengumpulan fakta-fakta dan data penentuan yang matang dari alternatif yang dihadapi dan mengambil tindakan berdasarkan perhitungan merupakan tindakan yang paling tepat. Pengambilan keputusan secara sederhana adalah tindakan memilih antara dua atau lebih yang tersedia alternatif dengan melibatkan mengidentifikasi opsi dan memilih tindakan tertentu yang pikirkan terbaik (Maylanie, 2022).

Tren

Trend menurut kamus besar bahasa Indonesia adalah bentuk nominal yang berartikan ragam cara atau bentuk terbaru pada suatu waktu tertentu. Jadi secara garis besar trend adalah objek yang sedang menjadi pusat perhatian di masyarakat pada saat tertentu. Dalam hal ini, tanda-tanda suatu objek sedang menjadi trend adalah jika disaat tersebut menjadi pusat pembicaraan, pusat perhatian dan sering sekali digunakan (Sudarto, 2020).

Macrame

Makrame berasal dari kata mikramah yang berarti hiasan tangan atau anyaman. Makrame adalah suatu seni yang menyatukan simpulan yang terdiriatas beberapa tali atau benang untuk membuat sebuah karya tangan. Disebut karya tangan karena macrame memang dibuat dengan tangan atau biasa dibuat handmade (Juli Atika & Laras Purwanti, 2022).

Holder

Holder adalah sebuah alat yang digunakan untuk menopang atau meletakkan suatu barang. Holder dapat digunakan untuk berbagai keperluan agar dapat mempermudah dalam menggunakan suatu barang dalam berbagai posisi.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan metode deskriptif kualitatif dengan maksud untuk mengkaji dan menggambarkan taktik pemasaran yang digunakan pada produk CHARMEE, Macrame Multifunction Holder dalam kerangka kewirausahaan kreatif. Pendekatan ini diterapkan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai cara pemasaran yang dilakukan oleh para pelaku usaha, serta tanggapan konsumen terhadap strategi yang diambil di pasar. Fokus utamanya adalah untuk mengeksplorasi pengalaman, taktik, dan pandangan pelaku usaha serta konsumen dalam kaitannya dengan produk.

Sumber data yang digunakan adalah data primer, diperoleh dengan cara menyebar kuisioner google form untuk produk yang akan jual dengan menyampaikan beberapa pertanyaan tentang produk. Survey google form di diisi oleh 35 responden dengan kalangan umur 20 hingga 35 tahun.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Usaha

Sumber: Peneliti

Gambar 1. Logo Produk

Sumber: Peneliti

Gambar 2. Pemakaian Produk

Usaha yang Bernama Charmee ini adalah bisnis yang bergerak di bidang kerajinan tangan macrame holder dengan produk utama berupa gantungan berbahan tali prusik. Macrame Holder memiliki nilai estetika tinggi dan cocok untuk tren gaya masa kini. Produk yang akan ditawarkan berupa gantungan yang bisa menopang barang-barang kecil seperti lip balm, parfum, hand sanitizer, dan roll-on minyak angin, yang kemudian digantungkan pada tas sebagai sekedar aksesoris tambahan yang memiliki nilai fungsi, terutama bagi mereka yang sering membawa barang-barang ini dalam kesehariannya. Produk ini memiliki ukuran yang kecil dan bobot ringan membuatnya nyaman digantungan sehari-hari.

Nama ide bisnis ini adalah *Charmee*, berasal dari kata "*Charm*" dan "*Me*" dari Bahasa Inggris yang berarti "Pesona" dan "Aku" sehingga memiliki makna "*Ini Pesona Gantungan Kunci Milikku*", pemilihan kata Charmee terkesan lucu, menggemaskan, dan memberikan pesona kepribadian diri pada pengguna yang memberikan kesempatan untuk mengekspresikan diri melalui aksesori kecil namun bermakna.

Bahan dan Cara Mnciptakan Desain Holder Unik

Untuk menciptakan Macrame Multifunction Holder yang tahan lama namun tetap terjangkau, pemilihan bahan yang tepat sangat penting. Dalam produk ini menggunakan bahan dasar berupa tali prusik berukuran 3mm, tali elastis berukuran 2mm, dan stopper. Bahan-bahan tersebut sangat mudah ditemukan di e-commers maupun di offline store. Alasan mengapa menggunakan tali prusik karena harganya cukup murah, namun memiliki ketahanan yang cukup kuat dan tahan lama terhadap kelembapan dan tidak mudah berjamur, menjadikannya pilihan yang cocok untuk penggunaan jangka panjang. Dengan kombinasi bahan yang tepat, Macrame Multifunction Holder dapat tetap berkualitas tinggi, fungsional tanpa harus mengeluarkan biaya produksi yang terlalu besar dan juga tetap menarik secara visual dan terjangkau bagi berbagai kalangan.

Untuk menciptakan macrame holder dengan desain yang unik, menarik, berawal dari banyaknya tren bag charm. Langkah pertama yang perlu dilakukan untuk dapat meciptakan suatu produk yang sesuai dengan tren pasar saat ini adalah dengan melakukan riset pasar terkait aksesori yang sedang populer, hal ini bisa di lakukan dengan mengamati gaya yang sedang trendibing di media sosial Instragram, Pinterest, dan Tiktok. Setelah melakukan riset pasar barulah merancang desain yang unik dengan mempertimbangkan bentuk dan bahan baku. Selanjutnya, proses produksi dan prototipe sangat penting untuk memastikan bahwa holder memiliki kualitas tinggi dan daya tahan yang baik. Sebelum diproduksi dalam jumlah besar, pembuatan beberapa sampel bisa dilakukan dengan handmade crafting. Pengujian ketahanan, kemudahan pemasangan holder, serta finishing seperti juga perlu diperhatikan agar produk tidak hanya menarik secara visual tetapi juga fungsional dan nyaman digunakan.

Pemasaran 4P (Product, Price, Place, Promotion)

a. Product (Produk)

Menawarkan produk Macrame Multifunction Holder yang sangat estetik bagi penggunanya dengan pilihan warna dan bentuk yang sangat lucu serta desain yang minimalis. Produk ini juga mudah dibawah kemana-mana serta mudah di gantungkan di totebag, backpack, dll.

b. Price (Harga)

Harga adalah jumlah uang yang harus dibayar oleh konsumen untuk memperoleh produk atau layanan yang ditawarkan. Dalam strategi pemasaran, penetapan harga yang tepat sangat penting karena mempengaruhi daya tarik produk bagi konsumen. Dalam proposal ini harga yang diberikan per pieces adalah Rp. 12.000.

c. Place (Tempat)

Macrame Multifunction Holder tersedia baik secara online melalui platform digital maupun offline di toko fisik yang sudah bekerja sama dengan toko-toko yang menjual aksesoris atau bermitra agar dapat menjangkau konsumen secara langsung.

d. Promotion (Promosi)

Promosi produk dilakukan dengan menggunakan 2 cara yaitu secara offline dan secara online. Jika offline menggunakan banner,membuat spanduk, dan membuat brosur dan menyebarkan kepada konsumen serta menyebarkan secara mulut ke mulut atau mengikuti event yang sesuai dengan target pasar yang dimasuki. Jika online menggunakan beberapa platform digital seperti instagram, whatsapp serta E-commerce lainnya agar dapat memudahkan konsumen untuk memesan secara online serta bisa menjangkau para konsumen yang lebih luas hingga ke berbagai daerah.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Produk macrame holder, sebagai bagian dari seni simpul tali yang menghasilkan kerajinan unik dan estetik, kini tengah menjadi tren di kalangan remaja perempuan yang terpengaruh oleh gaya estetika populer di media sosial seperti Instagram dan TikTok. Keberhasilan produk ini dalam menjangkau pasar yang luas dan tumbuh signifikan tidak lepas dari penerapan strategi pemasaran digital yang efektif, termasuk pemanfaatan media sosial, marketplace online, serta pembuatan konten yang menarik dan interaktif. Strategi tersebut memungkinkan produk untuk bersaing di pasar yang semakin kompetitif dengan menonjolkan keunikan desain dan kualitas bahan. Oleh karena itu, untuk menjaga keberlanjutan dan meningkatkan daya saing, disarankan agar pelaku usaha terus berinovasi dalam desain sesuai tren pasar, memperluas kolaborasi dengan influencer dan komunitas kreatif, serta mengoptimalkan interaksi dengan pelanggan melalui platform digital. Evaluasi rutin terhadap kepuasan konsumen juga penting untuk memastikan produk tetap relevan dan diminati di era digital yang dinamis.

DAFTAR REFERENSI

Juli Atika, & Laras Purwanti. (2022). Pemanfaatan Seni Kerajinan Tangan Makrame Untuk Dekorasi Ruangan Dengan Konsep Art Deco. *Jurnal Riset Rumpun Seni, Desain Dan Media*, *1*(1), 45–56. https://doi.org/10.55606/jurrsendem.v1i1.226

Maylanie, J. T. (2022). Tahapan Pengambilan Keputusan (Kajian Teoritis dari James A. F. Stoner). *OPTIMAL: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, *2*(2), 263–274.

Pratama, A. (2019). *Implementasi Pendidikan Kewirausahaan Di SD Khalifah Yogyakarta*. Universitas Negeri Yogyakarta.

Rahmawati, Y., & Vahlia, I. (2019). Bangun Jiwa Kewirausahaan Dan Kreatifitas Melalui Pelatihan Kerajinan Talikur Bagi Ibu Rumah Tangga Di Lampung Timur. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, *3*(2), 164. https://doi.org/10.31764/jmm.v0i0.1202

Rudi. (2014). *Analisis Kelayakan Bisnis Es Bang Joe Di Purwokerto*. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Sudarto, M. L. (2020). *IMPLIKASI TREND FASHION TERHADAP PERILAKU SOSIAL CALON PENDIDIK (Studi Kasus pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Agama Islam IAIN Kediri)*. INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDRI.

Suryana, A. T., & Burhanuddin, B. (2021). Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Umkm Kopi: Sebuah Tinjauan Teoritis Dan Empiris. *Jurnal AGRISEP: Kajian Masalah Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, *20*(01), 117–128. https://doi.org/10.31186/jagrisep.20.01.117-128