

## PENGEMBANGAN KEWIRAUSAHAAN GENERASI MUDA BERBASIS KETERAMPILAN MAKRAMÉ

Oleh:

Osberth Sinaga<sup>1</sup>

Siti Nurhalizah Pohan<sup>2</sup>

Khaidar Ali Yahya<sup>3</sup>

Hana Gracia Hikari br kacaribu<sup>4</sup>

Felicia Angga Natalia<sup>5</sup>

Universitas Negeri Medan

Alamat: JL. William Iskandar Ps. V, Kenangan Baru, Kec. Percut Sei Tuan, Kabupaten  
Deli Serdang, Sumatera Utara (20221).

Korespondensi Penulis: [osberthsinaga@unimed.ac.id](mailto:osberthsinaga@unimed.ac.id),  
[sitinurhalizahpohan@gmail.com](mailto:sitinurhalizahpohan@gmail.com), [khaidarali635@gmail.com](mailto:khaidarali635@gmail.com),  
[hanakacaribu04@gmail.com](mailto:hanakacaribu04@gmail.com), [feliciaangga8@gmail.com](mailto:feliciaangga8@gmail.com).

**Abstract.** *Entrepreneurship is one of the strategic solutions in addressing employment challenges and promoting economic independence, especially among the younger generation. This study aims to develop an entrepreneurship model based on macramé skills as an accessible and high-value creative business alternative. Using a qualitative approach with a case study method, the research was conducted among youth groups in urban and semi-urban areas. The findings indicate that macramé skills training enhances participants' creativity, technical skills, and entrepreneurial spirit. In addition, the use of social media as a promotional tool demonstrates that macramé skills can be an effective medium for marketing, expanding the reach of macramé products. These findings sustain youth entrepreneurial spirit and support the growth of the creative economy. Overall, this study makes a tangible contribution in designing practical skill-based entrepreneurship training programs that align with market trends and local needs, and have the potential to generate sustainable economic opportunities across various community levels.*

**Keywords:** *Macrame, Entrepreneurship, Youth.*

Received April 30, 2025; Revised May 10, 2025; May 17, 2025

\*Corresponding author: [osberthsinaga@unimed.ac.id](mailto:osberthsinaga@unimed.ac.id)

# **PENGEMBANGAN KEWIRAUSAHAAN GENERASI MUDA BERBASIS KETERAMPILAN MAKROME**

**Abstrak.** Kewirausahaan merupakan salah satu solusi strategis dalam menghadapi tantangan ketenagakerjaan dan mendorong kemandirian ekonomi, khususnya di kalangan generasi muda. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan model kewirausahaan berbasis keterampilan makrame sebagai alternatif usaha kreatif yang mudah diakses dan bernilai ekonomis tinggi. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, penelitian dilakukan pada kelompok pemuda di wilayah perkotaan dan semi-perkotaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelatihan keterampilan makrame mampu meningkatkan kreativitas, keterampilan teknis, serta semangat berwirausaha peserta. Selain itu, pemanfaatan media sosial sebagai sarana mengindikasikan bahwa keterampilan makrame dapat menjadi sarana efektif dalam menumbuhkan promosi dan pemasaran turut memperluas jangkauan pasar produk makrame. Temuan ini berkelanjutan jiwa kewirausahaan generasi muda serta mendukung pengembangan ekonomi kreatif yang. Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan kontribusi nyata dalam merancang program pelatihan kewirausahaan berbasis keterampilan praktis yang relevan dengan tren pasar dan kebutuhan lokal, serta mampu menciptakan peluang ekonomi baru yang berkelanjutan di berbagai lapisan masyarakat.

**Kata Kunci:** Makrame, Kewirausahaan, Generasi Muda.

## **LATAR BELAKANG**

Perkembangan zaman yang ditandai dengan pesatnya kemajuan teknologi dan globalisasi membawa dampak besar terhadap dinamika sosial dan ekonomi, khususnya bagi generasi muda. Salah satu tantangan utama yang dihadapi adalah tingginya angka pengangguran di kalangan pemuda akibat terbatasnya lapangan kerja formal. Oleh karena itu, pengembangan kewirausahaan menjadi solusi strategis dalam menciptakan peluang ekonomi mandiri, mendorong inovasi, dan membentuk karakter yang kreatif serta produktif.

Kewirausahaan tidak hanya berkaitan dengan kemampuan mengelola usaha, tetapi juga mencakup keterampilan, kreativitas, serta pemanfaatan potensi lokal yang bernilai ekonomis. Salah satu bentuk keterampilan yang berpotensi untuk dikembangkan adalah makrame, yaitu seni merangkai tali menjadi berbagai produk kerajinan yang memiliki nilai estetika dan pasar yang luas. Di era digital saat ini, produk makrame tidak hanya

diminati secara lokal, tetapi juga memiliki peluang untuk dipasarkan secara global melalui platform online.

Makrame sebagai keterampilan praktis dapat menjadi media efektif dalam menumbuhkan jiwa wirausaha generasi muda karena mudah dipelajari, fleksibel dalam pengembangan produk, dan tidak memerlukan modal besar. Dengan pendekatan pelatihan yang tepat dan dukungan pemasaran digital, keterampilan ini berpotensi menjadi sumber penghasilan serta mendorong kemandirian ekonomi generasi muda. Oleh karena itu, penelitian ini difokuskan pada bagaimana keterampilan makrame dapat dijadikan dasar dalam pengembangan kewirausahaan yang kreatif, berkelanjutan, dan relevan dengan kebutuhan serta karakteristik generasi muda masa kini.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menerapkan pendekatan deskriptif kualitatif dengan maksud untuk memahami secara menyeluruh dan mendalam proses pengembangan jiwa kewirausahaan berbasis keterampilan makrame di kalangan anak muda. Pendekatan ini dianggap relevan karena mampu mengeksplorasi fenomena sosial, persepsi personal, motivasi individu, serta pengalaman subjektif para peserta yang terlibat dalam pelatihan dan proses pengembangan usaha makrame.

Pendekatan kualitatif dipilih untuk menyelami secara komprehensif berbagai dinamika, pengalaman, serta makna yang terkandung dalam aktivitas pemberdayaan generasi muda melalui keterampilan makrame. Metode ini sangat sesuai untuk mengkaji realitas sosial secara kontekstual dan menyeluruh, khususnya yang berkaitan dengan perilaku, semangat berwirausaha, serta interaksi sosial dalam proses belajar kewirausahaan.

Melalui pendekatan kualitatif, peneliti dapat memperoleh pemahaman tentang bagaimana generasi muda memanfaatkan keterampilan makrame tidak hanya sebagai bentuk ekspresi artistik dan kreativitas, tetapi juga sebagai potensi ekonomi dan sarana untuk memberdayakan diri sendiri. Penelitian ini tidak berfokus pada pengukuran angka atau generalisasi data, melainkan berusaha menangkap esensi pengalaman dan realitas yang dijalani para pelaku di lapangan.

Pengumpulan data dilakukan melalui metode wawancara mendalam, observasi partisipatif, serta studi dokumen, yang keseluruhannya ditujukan untuk memperoleh

# **PENGEMBANGAN KEWIRAUSAHAAN GENERASI MUDA BERBASIS KETERAMPILAN MAKROME**

pemahaman menyeluruh mengenai proses pelatihan keterampilan, pengembangan produk, teknik pemasaran, hingga tantangan-tantangan yang muncul dalam proses membangun usaha makrame. Analisis data dilakukan dengan pendekatan tematik, untuk mengidentifikasi pola-pola makna, nilai-nilai, dan dinamika interaksi sosial antar individu yang terlibat.

Melalui pendekatan ini, penelitian diharapkan dapat menghadirkan potret reflektif dan realistis mengenai peran keterampilan makrame dalam membentuk semangat kewirausahaan yang inovatif, mandiri, serta berkelanjutan di kalangan generasi muda masa kini.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Makrame sebagai Media Ekspresi dan Peluang Usaha**

Para pelaku usaha menyampaikan bahwa makrame bukan sekadar seni, tetapi media ekspresi diri. Produk yang dihasilkan memiliki ciri khas personal dan dijual melalui platform seperti Instagram, Shopee, hingga bazar lokal.

#### **Awal Mula: Dari Iseng Menjadi Serius**

Sebagian besar responden menyatakan mengenal makrame dari media sosial. Banyak yang memulai dari rasa penasaran atau sebagai bentuk pengalihan stres. Namun, seiring berjalannya waktu, mereka mulai menemukan ketertarikan yang lebih dalam dan menjadikannya peluang usaha.

“Awalnya Cuma coba-coba bikin buat hiasan di kamar, terus teman minta bikinin juga. Lama-lama jadi kebanjiran orderan.” ( Dila Jazakillahu,33)

**Motivasi dan Dukungan Komunitas** Motivasi utama pelaku adalah awalnya hanya ingin mencoba hobi baru saja melihat video tutorial di media sosial saat waktu senggang. Ada yang mulai menganyam tali karena bosan di rumah, ada juga yang sekadar ingin mencoba hal baru sebagai pelarian dari rutinitas. Tak ada rencana besar, tak ada target penjualan hanya tali, jemari, dan rasa ingin tahu. Banyak yang tidak menyangka, ternyata kegiatan sederhana ini bisa membuat hati tenang, pikiran fokus, dan perlahan menghadirkan kebahagiaan tersendiri. Inilah awal munculnya motivasi intrinsik motivasi yang lahir dari dalam diri, tanpa dorongan eksternal.

Seiring waktu, karya-karya itu dibagikan di media sosial. Respons positif bermunculan. Pujian dari teman, pertanyaan dari orang yang ingin membeli, hingga

ajakan kolaborasi kecil-kecilan. Dari sinilah muncul motivasi ekstrinsik dorongan dari luar yang memicu semangat untuk terus berkarya dan berkembang.

Hambatan dalam Mengembangkan Usaha Kendala yang dihadapi antara lain: Modal awal untuk bahan baku dan alat kerja Kurangnya pelatihan kewirausahaan Sulitnya menjangkau pasar lebih luas Kompetisi dengan produk pabrikan yang lebih murah. Peran Media Sosial Media sosial menjadi kunci utama dalam memperluas jangkauan pasar dan membangun eksistensi usaha makrame di kalangan generasi muda. Platform-platform seperti TikTok dan Instagram berperan layaknya etalase digital yang menampilkan hasil karya secara visual dan menarik, memungkinkan produk makrame dikenal oleh khalayak yang lebih luas tanpa batasan geografis. Strategi ini mempertegas temuan dari kajian Ayu & Hartati (2022) bahwa pemasaran digital melalui media sosial terbukti mampu meningkatkan daya saing pelaku UMKM secara signifikan, terutama dalam hal promosi, interaksi dengan konsumen, serta peningkatan penjualan.

Selain sebagai sarana promosi dan branding, media sosial juga berperan sebagai media pembelajaran dan inspirasi. Banyak pelaku usaha makrame yang mengaku memperoleh teknik-teknik baru, wawasan desain terkini, hingga pemahaman terhadap selera pasar melalui konten yang dibagikan oleh kreator lain. Mereka mengikuti tutorial singkat, tren warna, serta bentuk dan motif yang sedang digemari, sehingga dapat menyesuaikan produk mereka dengan permintaan pasar. Dalam hal ini, media sosial tidak hanya menjadi alat pemasaran pasif, tetapi juga platform aktif untuk pengembangan keterampilan dan adaptasi inovatif.

Interaksi dengan pengikut, fitur komentar, serta sistem algoritma yang menampilkan konten sejenis turut memperkuat komunitas antar pelaku makrame, membuka peluang kolaborasi, dan menumbuhkan semangat saling belajar. Proses ini menjadikan media sosial sebagai ekosistem yang mendorong pertumbuhan kewirausahaan kreatif secara organik, berkelanjutan, dan berbasis komunitas.

# PENGEMBANGAN KEWIRAUSAHAAN GENERASI MUDA BERBASIS KETERAMPILAN MAKRAME

## Karya Hasil Pembuatan

**Gambar 1**



*Sarung liptint*

**Gambar 2**



Tas selempang



**Gambar 3**

Dompet kecil



**Gambar 4**

Gantungan kunci.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Keterampilan makrame terbukti dapat menjadi pintu masuk yang efektif bagi pengembangan kewirausahaan di kalangan generasi muda. Aktivitas ini tidak hanya mencerminkan kreativitas, tetapi juga membuka ruang bagi penciptaan nilai ekonomi yang berangkat dari sesuatu yang tampak sederhana—seperti rasa penasaran, keisengan

di waktu senggang, serta dorongan untuk bereksplorasi secara mandiri. Banyak pengrajin muda yang memulai tanpa latar belakang bisnis atau keterampilan khusus, namun berkat ketekunan, dukungan komunitas, dan pemanfaatan media sosial secara cerdas, mereka mampu mengembangkan usaha kecil yang produktif dan memiliki ciri khas personal.

Pendampingan tersebut idealnya mencakup peningkatan kapasitas dalam aspek manajerial usaha, seperti pengelolaan keuangan, pengembangan produk, serta perencanaan bisnis yang matang. Selain itu, keterampilan dalam pemasaran digital dan strategi branding juga menjadi kebutuhan utama agar produk makrame tidak hanya dikenal secara lokal, tetapi juga memiliki daya saing di pasar yang lebih luas. Yang tak kalah penting adalah penguatan daya tahan usaha, mencakup kemampuan menghadapi dinamika pasar, fluktuasi permintaan, dan tekanan dari kompetitor, termasuk produk pabrikan yang lebih murah. Dengan dukungan yang menyeluruh dan berkesinambungan, keterampilan makrame tidak hanya menjadi sarana ekspresi, tetapi juga jalan menuju kemandirian ekonomi, pemberdayaan diri, serta kontribusi nyata terhadap pertumbuhan UMKM kreatif di Indonesia.

## **DAFTAR REFERENSI**

- Alfabeta.Chace, S. (1981) : Crafts & Hobbie, Reader's
- Ayu, D. P., & Hartati, R. (2022). Peran Digital Marketing dalam Pengembangan UMKM. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 6(1), 34–45.
- Colton, V. (1979) : Complete Guide to Needlework, Reader's Digest.
- Ernawati, Izweri, dan Nelmira, W. (2008) : Tata Busana, Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan Soedjono. 2008. Makrame. Bandung: Angkasa.
- Sabilla, M. (2021, Desember 2). Perancangan Backdrop untuk Pernikahan menggunakan teknik Makrame.
- Setiofitria, N., & Hendrawan, A. (n.d.). Pengaplikasian Teknik Stensil dengan Pewarna Indigofera pada Produk Fesyen. School of Creative Industries, Telkom University, Bandung, Indonesia.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Cliffs, E. (1971) : Encyclopedia of Textiles, American Fabric Magazine.