

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KERAJINAN SULAMAN BENANG EMAS DI ERA DIGITAL

Cut Nanda Sari¹, Rosmala Dewi^{2*}, Nurbaiti³, Fitriana⁴, Nurul Faudiah⁵

^{1,2,3,4,5}Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Syiah Kuala,
Banda Aceh - Indonesia

*Email Corresponden: rosmaladewi434@usk.ac.id

ABSTRAK

Kerajinan sulam benang emas merupakan salah satu kerajinan Aceh yang dikerjakan di atas kain beludru. Perkembangan dunia yang serba digital dapat memanfaatkan media untuk mengembangkan produk sesuai yang dibutuhkan pasar saat ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi manajemen usaha, pengembangan produk kerajinan sulaman benang emas, dan strategi pemasaran kerajinan sulaman benang emas di era digital. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Subjek pada penelitian ini sejumlah 9 orang yang terdiri dari 3 pengusaha, 2 pendesain motif, dan 4 pengrajin yang berada di Gampong Teungoh dan Gampong Cot Kecamatan Samatiga Kabupaten Aceh Barat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk kerajinan yang terdapat di tempat usaha tersebut yaitu berupa perlengkapan pelaminan, sandaran kursi, *lover* serta berbagai produk keperluan adat lainnya. Strategi manajemen usaha sulaman benang emas yang diterapkan mulai proses menyiapkan bahan, penyelesaian hingga pemasaran produk dilakukan oleh pengelola usaha sedangkan proses menyulam dan mendesain motif dilakukan oleh karyawan yang sudah ditentukan. Proses pengembangan produk dilakukan dengan selalu menciptakan produk baru dengan desain yang bervariasi dari produk sebelumnya seperti memproduksi berbagai asesoris dan souvenir yang unik, menggunakan warna dan motif bervariasi serta melakukan proses pemasaran produk secara langsung melalui lisan dengan menggunakan beberapa media digital sehingga dikenal lebih luas. Pengembangan usaha kerajinan sulaman benang emas di era digital sudah mampu bersaing di pasar dengan selalu memperhatikan aspek teknik menjahit yang rapi, menjaga kualitas produk, desain yang indah, menawarkan berbagai produk, dan memenuhi pesanan berdasarkan permintaan pelanggan.

Kata Kunci: Strategi Pengembangan, Usaha Kerajinan, Era digital

ABSTRACT

Indonesia has many tribes with various customs and cultures, from each tribe there is an ethnic touch from the region. Gold thread embroidery is one of Aceh's handicrafts which is done on velvet. The development of an all-digital world can take advantage of the media to develop products according to current market needs. This study aims to find out the business management strategy and product development of gold thread embroidery crafts and to find out the marketing strategy of gold thread embroidery crafts in the digital era. This study uses a descriptive qualitative research method. The subjects in this study were 9 (nine) people consisting of 3 (three) entrepreneurs, 2 (two) motif designers and 4 (four) craftsmen who were in Gampong Teungoh and Gampong Cot, Samatiga District, West Aceh District. The results showed that the handicraft products contained in the place of business were aisle equipment, chair backs, lovers and various other customary products. The gold thread embroidery business management strategy that is applied is from the process of preparing materials, finishing to product marketing is carried out by the business manager while the embroidery process and designing motifs are carried out by designated employees. The product development process is carried out by always creating new products with designs that vary from previous products such as producing various unique accessories and souvenirs, using various colors and motifs and carrying out the product marketing process directly orally using several digital media so that it is known more widely. The development of a gold thread embroidery business in the digital era has been able to compete in the market by always paying attention to the following aspects: neat sewing techniques, maintaining product quality, using beautiful designs, offering a variety of products, and fulfilling orders based on customer requests.

Keywords: Development Strategy, Craft Business, Digital Era

PENDAHULUAN

Aceh sebagai salah satu daerah di Indonesia yang memiliki berbagai macam budaya dan seni yang menarik. Keanekaragaman seni dan budaya menjadikan Provinsi Aceh mempunyai daya tarik dalam kajian budaya dan adat termasuk seni kerajinan. Selain memiliki nilai estetika, produk kerajinan tangan memiliki potensi untuk meningkatkan mata pencaharian masyarakat. Kerajinan tangan yang dapat dikembangkan diantaranya menyulam baik dilakukan dengan menggunakan benang emas/perak, benang sulam ataupun sulam pita (Irda, A.N., at al, 2021).

Menyulam dapat didefinisikan sebagai pekerjaan yang dilakukan secara langsung yang kemudian menghasilkan satu karya corak desain pada kain yang dibuat dengan beragam tusuk hias (Fitriana & Fadhilah, 2020). Sulaman merupakan suatu keterampilan yang dilakukan dengan tangan dan menggunakan jarum dan benang emas untuk memperindah objek sehingga memiliki nilai estetika bagi yang melihatnya. Menurut Pulukadang, R., (2009:85) bahwa sulam benang emas merupakan teknik penghiasan pada suatu kain menggunakan benang emas agar menghasilkan hiasan dengan bentuk garis bersambung. Selanjutnya Fitriana at al., (2021) sulaman benang emas sebagai salah

satu teknik menghias permukaan kain dengan menggunakan benang emas dengan membuat hiasan bersambung yang membentuk sebuah motif hias.

Sulaman benang emas yang biasa dikenal dengan sebutan *kasab* merupakan jenis sulaman tradisional Aceh yang dikerjakan di atas kain beludru. Ragam motif pada sulaman benang emas biasanya berupa flora ataupun fauna yang kemudian disulam menggunakan benang sulam berwarna emas dan perak yang dihiasi manik-manik. Sulaman benang emas dapat ditemukan pada sebagian besar provinsi Aceh, namun motif, warna, dan teknik pembuatannya berbeda-beda setiap daerah. Kerajinan sulaman benang emas, selain menjadi khas karena desainnya, juga memiliki unsur khusus dalam penggunaan unsur alam dan budaya dengan paduan warna kuning, hitam, putih dan merah agar terlihat indah.

Berdasarkan hasil pengamatan bahwa usaha kerajinan sulaman benang emas yang terkenal di Aceh dan masih aktif hingga saat ini berada di Kabupaten Aceh Barat tepatnya di *Gampong Cot* dan *Gampong Teungoh* Kecamatan Samatiga. Hasil yang diperoleh bahwa pada Gampong Cot, produk kerajinan yang diproduksi berupa perlengkapan pelaminan, hiasan dinding, set sarung bantal kursi, lover/taplak meja, tempat tisu, sarung botol aqua, tutup gelas serta produk

kerajinan jenis lainnya. Bahan dekorasi hiasan sulaman benang emas mengikuti trend dan selera konsumen seperti hiasan dinding dalam ukuran kecil yang terkesan unik (Dewi, R., at al., 2022). Sedangkan pengrajin pada Gampong Teungoh lebih mengkhususkan pembuatan pelaminan Aceh sehingga tidak banyak memproduksi jenis kerajinan lainnya.

Pada dasarnya proses pemasaran kerajinan tersebut dilakukan secara manual dan belum banyak yang memasarkan menggunakan media digital. Penggunaan media digital pada dasarnya telah dilakukan masyarakat pada produk lainnya, sehingga pemanfaatan media sebagai salah satu strategi yang dapat dilakukan untuk proses penjualan. Penjualan tersebut dilakukan melalui media *Instagram*, *Whatsaap*, *Facebook*, *Shopee*, *Toko Pedia*, *Lazada* serta media lainnya. Penelitian ini bertujuan mengetahui strategi pemasaran kerajinan sulaman benang emas di era digital.

LANDASAN TEORI

Pengembangan merupakan usaha pemerintah dalam dunia usaha dan masyarakat untuk mencapai peningkatan kemampuan usaha berskala kecil dengan memberikan pembinaan, penguatan, bantuan agar menjadi usaha yang tangguh dan mandiri (Maulidah dan Oktafia, 2020).

Peningkatan bisnis sebagai kewajiban setiap pelaku wirausaha maupun pengusaha membutuhkan kreativitas, motivasi, dan bimbingan. Manusia harus selalu berusaha menjalani kehidupan yang baik untuk mencapai tujuannya. Faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan suatu usaha yakni perencanaan, sumber daya manusia, kepemimpinan, permodalan, pembinaan, mitra kerja, pelanggan, lingkungan lokasi, dan daya saing (Saragih, & Tyas, W.P., 2020).

Manajemen yang baik dapat mengubah sumberdaya menjadi hasil yang memiliki nilai untuk mencapai tujuan perusahaan dan dapat meningkatkan kualitas suatu usaha. Keberhasilan suatu usaha sangat ditentukan oleh manajemen yang ada. (Anoraga, P., 2002). Dapat disimpulkan bahwa manajemen adalah seni mengelola berbagai kegiatan, yang meliputi perencanaan, pengarahan, pengorganisasian dan pengawasan dengan mendayagunakan sumber daya manusia dan fasilitas perusahaan untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

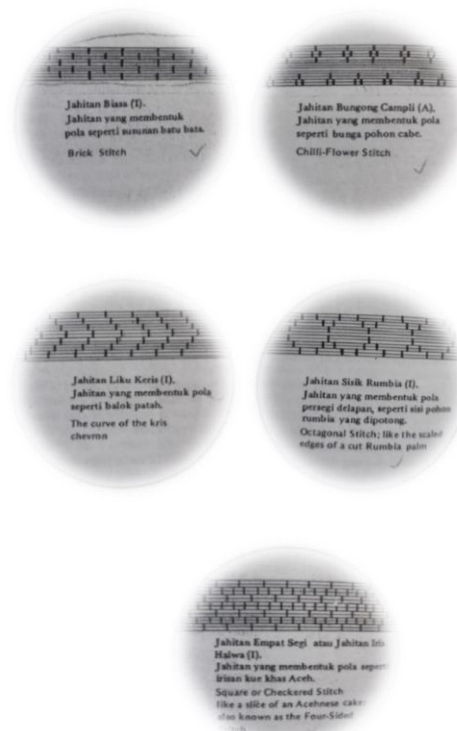
Strategi pemasaran merupakan upaya untuk meningkatkan penjualan suatu produk, baik jasa maupun produk dengan menggunakan pola rencana dan strategi tertentu. Sofyan, A., (2015) mengungkapkan bahwasanya setiap perusahaan mempunyai tujuan untuk dapat bertahan dan

berkembang, tujuan tersebut harus dicapai melalui usaha untuk mengikuti dan meningkatkan keuntungan/laba yang diperoleh perusahaan. Selanjutnya menurut Alya dan Rakib, M., (2017) pengembangan sebuah usaha di era digital terdapat berbagai macam strategi diantaranya; menentukan lokasi yang strategis; memaksimalkan bantuan modal yang berasal dari pemerintah; meningkatkan kapasitas penjualan; melakukan inovasi dan variasi produk; memanfaatkan teknologi dalam melakukan promosi serta memaksimalkan kapasitas produksi melalui upaya peningkatan kualitas SDM.

Produk sulaman merupakan jenis kerajinan tangan yang menggunakan benang dan jarum dengan berbagai cara untuk membuat pola ataupun gambar pada kain. Tekstur, bentuk dan warna digunakan untuk membuat suatu objek yang indah dan memberikan nilai estetika saat orang yang melihatnya. Menurut Zahri, W., (2012) bahwa sulaman benang emas merupakan kegiatan pembuatan beragam hiasan pada tekstur tenunan polos dengan cara merekatkan benang emas dengan tusuk balut.

Berdasarkan beberapa kutipan diatas dapat disimpulkan bahwa sulaman benang emas adalah suatu kerajinan tangan yang dilakukan dengan teknik pembuatan motif di atas kain menggunakan benang emas

sehingga menghasilkan bentuk, tekstur dan warna yang berfungsi untuk memperindah suatu benda, baik pakaian maupun pada lenan rumah tangga. Teknik pembuatan sulaman benang emas yang digunakan di Aceh Barat yaitu teknik *tekat* dan teknik *pusing*. Namun terdapat juga teknik timbul yang merupakan khas Aceh Pidie. Pengerjaan teknik timbul secara khusus disulam pada motif kecil-kecil seperti bulan sabit yang dicetak pada bantalan tebal seperti karton (Amelia, R., at al., 2022).



Gambar 1. Teknik menjahit sulaman khas Aceh Barat
Sumber: Barbara Leigh



Gambar 2. Teknik menjahit sulaman khas Aceh Pidie

Sumber: Indra Setiawan

Perkembangan era digital saat ini terdapat peluang dan tantangan dalam menjalankan sebuah usaha. Penggunaan teknologi digital dalam dunia usaha sudah merupakan keharusan yang tidak dapat dihindari lagi dengan arus informasi yang mengalir sangat cepat. Pengembangan usaha kerajinan sulaman benang emas dapat memanfaatkan fasilitas dari teknologi tersebut untuk mendapatkan produk yang dibutuhkan pasar serta adanya inovasi baru dalam mengembangkan produk dan motif yang menarik.

METODE PENELITIAN

Berdasarkan permasalahan dan tujuan penelitian, metode yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif. Penelitian ini menyelidiki peristiwa yang terjadi secara alami dalam lingkungan hidup manusia. Penelitian dilakukan di *Gampong Cot* dan *Gampong Teungoh* Kecamatan Samatiga Kabupaten Aceh Barat. Teknik *purposive sampling* digunakan untuk pemilihan subjek. Penentuan subjek secara sengaja

oleh ahli berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu (Sugiyono, 2019:85). Kriteria subjek memiliki pengetahuan, pengalaman, informasi lengkap tentang kerajinan sulaman benang emas. Berdasar pada kriteria, subjek pada penelitian ini sejumlah 9 orang yaitu 3 orang pengelola usaha, 4 orang perajin, dan 2 orang pendesain motif di *Gampong Teungoh* dan *Gampong Cot* Kecamatan Samatiga Kabupaten Aceh Barat.

Pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Observasi dilakukan untuk mengamati secara langsung kegiatan perajin seperti mengamati perajin menyulam dan mengamati proses mendesain motif. Wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi dari pengelola, perajin dan pendesain motif. Sedangkan dokumentasi untuk mencari data meliputi motif-motif atau produk yang sudah yang diproduksi serta dokumen lainnya yang diperlukan.

Analisis data dilakukan dengan memaparkan observasi dan wawancara yang diperoleh di lapangan berupa data mengenai strategi manajemen, strategi pengembangan produk serta strategi pemasaran yang digunakan pada usaha tersebut. Hasil penelitian diperoleh dan dibandingkan dengan teori yang ada.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Manajemen Usaha

Manajemen adalah fokus dari serangkaian kegiatan perencanaan, pengambilan keputusan, pengorganisasian, kepemimpinan dan pengendalian yang

semua merupakan bagian rangkaian manajemen (Fahmi, I., 2014:2). Manajemen pengelolaan usaha kerajinan sulaman benang emas di *Gampong* Teungoh dan *Gampong* Cot belum maksimal, namun sudah dapat dikatakan baik. Bahwasanya usaha tersebut proses pembelian bahan, produk hingga pemasaran produknya dilakukan oleh pengelola usaha. Hanya proses mendesain dan menyulam yang dikerjakan oleh karyawan yang sudah ditentukan. Perajin dan pendesain motif langsung menerima dari pengelola bahan yang sudah tersedia untuk proses pembuatan kerajinan sulaman benang.

Proses pembuatan kerajinan tidak diawasi oleh pengelola karena proses pengerjaannya dilakukan di rumah masing-masing. Meskipun tidak ada pengawasan dari pihak pengelola, namun perajin dan pendesain motif selalu menyelesaikan tugasnya tepat waktu sesuai dengan kesepakatan. Perajin mengerjakan kerajinan sulaman benang emas sebagai mata pencaharian sampingan. Proses pembuatan kerajinan tersebut dilakukan oleh pengrajin dan pendesain motif sebagai pekerja dan diberikan upah. Namun, strategi pembayaran upah yang diterapkan di tempat usaha tersebut sesuai dengan banyaknya bahan yang dihabiskan untuk pembuatan kerajinan. Artinya, penghasilan perbulan

yang didapatkan oleh perajin dan pendesain motif tersebut tidak tetap nominalnya.

Pengembangan usaha kerajinan sulaman benang emas di Kecamatan Samatiga, juga dibantu oleh pemerintah daerah. Peran pemerintah mengembangkan UMKM sebagai fasilitator, regulator atau katalisator. Hal ini terlihat dari bantuan fasilitas yang diberikan pemerintah berupa alat produksi dan sejumlah uang sebagai modal. Adanya usaha kerajinan sulaman benang emas telah membantu daerah setempat, khususnya para perajin dan pendesain motif agar mendapat penghasilan tambahan serta meningkatkan ekonomi keluarga. Seharusnya dalam manajemen sebuah usaha juga diperlukan buku catatan orderan yang didalamnya terdapat jenis kerajinan, motif, harga, tanggal pesanan dan tanggal selesai. Dengan adanya catatan tersebut pengusaha lebih mudah untuk mengetahui jumlah orderan, keuntungan dan pendapatannya pada setiap bulan. Hasil penelitian Lucky, P.M., (2019) menjelaskan beberapa strategi yang dapat digunakan dalam pengembangan usaha yakni memperbanyak jaringan pasar dan distribusi untuk menambah konsumen, meningkatkan promosi yang masih kurang. Memanfaatkan media sosial maupun aplikasi jual beli online untuk menjangkau pasar lebih luas lagi, menambah tenaga marketing untuk mengelola pemasaran, memberikan harga

yang ringan, pengembangan model produk baru dan meningkatkan kualitas produk.

Pengembangan Produk

Produk hasil dari beberapa usaha kerajinan sulaman benang emas di Kecamatan Samatiga berupa keperluan adat seperti *lover*, sandaran kursi, *ceuradi*, *tilam duek*, kotak tisu, kipas, perlengkapan *peusijuk* serta perlengkapan pelaminan. Untuk mengembangkan suatu produk selalu berinovasi dalam pembuatan motif dan dalam menciptakan produk baru, bukan hanya dengan produk yang sudah ada tetapi memiliki inovasi baru, sehingga konsumen tidak bosan membeli produk kerajinan yang disediakan.

Hasil penelitian Nailuvary, S., (2020) menunjukkan bahwa strategi pengembangan produk baru dengan mengembangkan produk yang sudah ada, dengan tujuan mengantisipasi kejenuhan pelanggan. Strategi dilakukan dengan menambahkan atribut lain yang melekat pada produk seperti motif, bentuk, label, warna dan variasi. Strategi tersebut akhirnya terwujud produk yang sesuai dengan keinginan pelanggan. Menurut Subagyo dalam Khoiriyah, at al., (2017:92) beberapa keunggulan yang dapat dilihat dari elemen-elemen produk supaya yang laku dipasarkan diantaranya kualitas produk, ciri khas

produk, desain produk, gaya produk, kemasan dan pelayanan yang baik.

Perkembangan suatu produk di era digital dapat dilihat dari berbagai macam media internet seperti untuk mendesain, dapat menggunakan desain computer atau media lainnya sehingga menghasilkan motif yang menarik. Dengan adanya media tersebut dapat mengetahui motif yang diinginkan oleh konsumen saat ini. Sama halnya dengan perkembangan sebuah produk, di era digital pengembangan produk dapat dilihat dari produk-produk yang sedang trend saat ini sesuai dengan kebutuhan pasar sehingga produk dapat menarik minat konsumen untuk membelinya.

Pemasaran Usaha Kerajinan di Era Digital

Pemasar harus mampu memperluas pasar produknya dengan strategi yang tepat. Usaha kerajinan sulaman benang emas sangat mengandalkan strategi pemasaran yang menjadi pedoman kebijakan untuk tetap dapat bersaing di pasar dengan tingkat persaingan yang tinggi.

Pada usaha kerajinan sulaman benang emas yang berada di *Gampong Cot* dan *Gampong Teungoh* melakukan proses pemasaran secara lisan dari mulut ke mulut dan juga telah menggunakan media digital/internet untuk memasarkan produknya seperti mempromosikan melalui

WhatsApp, *Instagram*, dan *Facebook*. Selain menggunakan media tersebut pemasaran juga dapat dilakukan dengan menggunakan media *Shopee*, *Lazada*, *Toko Pedia* dan berbagai media lainnya sehingga produk dapat dikenal lebih luas. Sebagaimana hasil penelitian Indah, T., (2021) mengenai strategi pemasaran menggunakan *marketplace (shopee)* telah berhasil dalam meningkatkan penjualan produk yang terbukti dari penjualan produknya yang mengalami peningkatan. Keuntungan lain menggunakan media digital dapat mempermudah produksi barang dan jasa, memiliki pelanggan yang menjangkau hampir seluruh dunia menghemat waktu dan juga lebih efektif dan efisien.

Hasil penelitian Nuryana, (2018:8) mengenai strategi pemasaran yang diterapkan oleh pengusaha produk pakaian dalam menghadapi persaingan yaitu dengan cara memberikan harga grosir tanpa minimal pembelian, penyaluran barang secara langsung maupun melalui ekspedisi, beragamnya produk yang ditawarkan dan harga terjangkau serta memanfaatkan sosial media dalam pemasaran suatu produk.

Produk dengan pemasaran yang baik terletak pada segi variasi ukurannya, warnanya, bentuknya dan juga kualitasnya. Produk yang diinginkan pelanggan adalah yang berkualitas bagus dengan

menggunakan motif yang indah, teknik penyelesaian yang rapi, menggunakan warna yang bercirikan Aceh serta beraneka produk yang di kemas rapi.

Adapun strategi lain yang digunakan dalam memasarkan suatu produk yaitu dengan mengurangi harga di bawah harga pesaing lainnya sehingga konsumen lebih tertarik membelinya karena lebih murah, akan tetapi kualitas produk juga harus diperhatikan dengan memiliki kualitas yang baik.

KESIMPULAN

Strategi yang sudah digunakan oleh pengusaha kerajinan sulaman benang emas di era digital ini sudah cukup baik dan dapat bersaing di pasar dengan selalu memperhatikan hal-hal seperti: menjaga kualitas produk. Teknik jahit yang rapi, motif yang indah dan bervariasi, membuat orderan sesuai dengan permintaan konsumen, meningkatkan layanan kepada konsumen dan tepat waktu dalam menyelesaikan orderan konsumen.

Pemasaran produk kerajinan dilakukan promosi secara langsung mulut ke mulut, kurang memanfaatkan media digital, hanya beberapa pengusaha yang telah menggunakan media sosial seperti *WhatsApp*, *Instagram* dan *Facebook* sehingga dapat dikenal secara luas.

SARAN

Kepada pengelola dan pemilik usaha kerajinan sulaman benang emas di Kecamatan Samatiga *Gampong* Teungoh dan *Gampong* Cot untuk terus memunculkan ide-ide baru untuk suatu produk agar pelanggan tidak bosan membelinya dan bisnis semakin dikenal.

Untuk perajin kerajinan sulaman benang emas dirancang untuk meningkatkan seni kerajinan tangan dan berusaha untuk mempertahankan kualitasnya agar dapat menawarkan produk yang disukai oleh banyak orang dan dapat bersaing dengan persaingan.

Bagi pemerintah, untuk selalu memberikan dukungan, perhatian, dan pendampingan kepada UMKM di Kecamatan Samatiga *Gampong* Teungoh dan *Gampong* Cot untuk mencapai kesejahteraan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Alya & Rakib, M., (2017). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam Penguatan Ekonomi Kerakyatan. Vol 19. No 2. Hal 118. <http://jurnal.unpad.ac.id/sosiohumani/ora/article/view/12249/0>.
- Amelia, R., A Ahmad., Novita., Fitriana., & Sophiana, A. (2022). Ragam Hias pada Pakaian Pengantin Aceh Pidie. *Jurnal Busana dan Budaya*. 2(2). <https://jurnal.usk.ac.id/JBB/article/view/32757>.
- Anoraga, P., Djoko, S. (2002) *Koperasi, Kewirausahaan dan Usaha Kecil*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Dewi, R., Fadhilah., & Nurmahya. (2022). Aplikasi Sulaman Benang Emas pada Hiasan Dinding. *Proseding Seminar Nasional Teknik Boga Busana Universitas Negeri Yogyakarta* 16(1). <https://journal.uny.ac.id/index.php/ptbb/article/view/45088>.
- Fahmi, I., (2014). *Manajemen: Teori Kasus dan Solusi*. Bandung: Alfabeta.
- Fitriana., Dewi, R., & Rusman. (2021). Pengembangan Usaha Produktif Sulaman Benang Emas pada Seuhap dan Payung Pengantin Khas Aceh di Gampong Lamgampang Aceh Besar. *Proseding Seminar Nasional Universitas Muhammadiyah Semarang (Unimus) Volume 4 Nomor 1*. <https://prosiding.unimus.ac.id/index.php/semnas/article/view/1043>.
- Fitriana & Fadhilah. (2020). *Apresiasi Menghias Kain*. Darussalam: Syiah Kuala University Press. <https://bitshortly.com/rGzxf>.
- Indah, T., P. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Marketplace Pada UMKM Toko Roemah Daster. Tegal: Politeknik Harapan Bersama.
- Irda, A.N., Fitriana., & Dewi, R., (2021). Aplikasi Sulaman Benang pada Busana Casual Wanita. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Jurusan Pendidikan Kesejahteraan Keluarga*. Vol. 6(3) Hal 73-81. <https://jim.usk.ac.id/pkk/article/view/19595>.
- Khoiriyah, M., Joko W., Hety M.A. (2017). Strategi Bauran Pemasaran Kerajinan Tenun Ikat Pada CV. SILVI Paradila di Desa Parengan Kecamatan

- Maduran Kabupaten Lamongan. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*. Vol. 11 No 1.
- Leigh, B., (1989). *Tangan-Tangan Trampil*. Jakarta: Djambatan
- Lucky P.M., (2019). Strategi Pengembangan Usaha Rotan. *Prosiding SemNas*. Vol 1. <https://e-journal.umaha.ac.id/index.php/teknik/article/view/685/546>.
- Maulidah., Laila. F., Oktafia, R. (2020). *Strategi Pengembangan Usaha Kecil dan Mikro Serta Dampak Kesejahteraan Masyarakat*. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam. Vol 6, No 3.
- Nailufary, S., Hety M.A, Sukidin. (2020). Strategi Pengembangan Produk Pada Handicraft Citra Mandiri di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember. *Jurnal Pendidikan Ekonomi UNEJ*. Vol 14, No 1. <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/JP/E/article/download/11872/8001>.
- Nuryana, K.F., (2018). Strategi Pemasaran Produk Pakaian dengan Sistem Online dan Offline di Toko Bibishop Grosir Nganjuk. *Jurnal Simki-Conomic*. Vol 02. No 06.
- Pulukadang, R., (2009). *Keterampilan Menghias Kain*. Bandung: Angkasa
- Saragih, D.D., & Tyas, W.P., (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perkembangan Usaha Industri Koveksi Berbasis Rumah di Kelurahan Tingkir Lor. *TEKNIK*. Vol 41 (10 78-91.
- Sofyan, A., (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sugiono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Zahri, W., (2012) *Sulaman*. Padang: Fakultas Teknik Universitas Negeri Padang.