

Simple Bouquet Homemade: Inovasi Bisnis Kreatif untuk Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat di Ds. Kutukan Randublatung Blora

Simple Bouquet Homemade: Creative Business Innovation for Economic Enrichment of the Community in the Blora Randublatung Cursed Village

Akhmad Sirojudin Munir^{1*}, Luthfi Hidayah²,
Suci Yongki Setiowati³, Nurul Mustafidah⁴

^{1,2,3}Institut Pesantren Sunan Drajat, Lamongan, ⁴IAI Khozinatul Ulum, Blora

Email: ^{1*}siroj.tbi@gmail.com, ²luthfi@insud.ac.id,
³suciyongki@gmail.com ⁴nurulm102030@gmail.com

Article History:

Received: 30 Mei 2024

Revised: 28 Juni 2024

Accepted: 30 Juni 2024

Keywords: *Economic empowerment, creative business, simple bouquet homemade, village curse, increase in revenue.*

Abstract: *The program "Simple Bouquet Homemade: Creative Business Innovation for Economic Empowerment of the People in the Blora Cursed Village" aims to improve the well-being of the people through simple bouquet making training that can be run as a creative undertaking. The program involved 30 participants from household mothers and village youths, who previously had no skills in the area of florist. The results of the program showed an improvement in the skills of participants in bouquet making, which was followed by an increase in household income by up to 20-30% after they started a business. In addition, the establishment of small business groups has successfully encouraged collaboration and economic independence among the participants. Nonetheless, some challenges such as access to raw materials and the constraints of online marketing technology need further attention. The programme successfully demonstrates that innovation in creative business can be an effective solution for empowering the economy of rural communities, and can be replicated in other areas with appropriate adjustments.*

Abstrak: Program "Simple Bouquet Homemade: Inovasi Bisnis Kreatif untuk Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat di Desa Kutukan Randublatung Blora" bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui pelatihan pembuatan bouquet sederhana yang dapat dijalankan sebagai usaha kreatif. Program ini melibatkan 30 peserta dari kalangan ibu rumah tangga dan pemuda desa, yang sebelumnya tidak memiliki keterampilan dalam bidang florist. Hasil program menunjukkan peningkatan keterampilan peserta dalam pembuatan bouquet, yang diikuti dengan peningkatan pendapatan rumah tangga hingga 20-30% setelah mereka memulai usaha. Selain itu, pembentukan kelompok usaha kecil telah berhasil mendorong kolaborasi dan kemandirian ekonomi di kalangan peserta. Meskipun demikian, beberapa tantangan seperti akses bahan baku dan keterbatasan teknologi pemasaran online perlu mendapatkan perhatian lebih lanjut. Program ini berhasil membuktikan bahwa inovasi dalam bisnis kreatif dapat menjadi solusi efektif untuk pemberdayaan ekonomi masyarakat pedesaan, dan dapat direplikasi di daerah lain dengan penyesuaian yang tepat.

Kata Kunci: *Pemberdayaan Ekonomi, Bisnis Kreatif, Simple Bouquet Homemade, Desa Kutukan Randublatung, Peningkatan Pendapatan.*

*Akhmad Sirojudin Munir, siroj.tbi@gmail.com

PENDAHULUAN

Desa Kutukan yang terletak di Kecamatan Randublatung, Kabupaten Blora, merupakan salah satu desa yang memiliki potensi besar namun belum sepenuhnya tergarap dalam aspek ekonomi kreatif. Blora dikenal sebagai daerah dengan keanekaragaman budaya dan sumber daya alam yang melimpah, namun desa-desa di wilayah ini, termasuk Desa Kutukan, masih menghadapi tantangan ekonomi yang signifikan. Sebagian besar penduduknya menggantungkan hidup pada sektor pertanian dan kehutanan, dengan penghasilan yang relatif rendah dan tidak menentu. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Kabupaten Blora (2023), sekitar 40% penduduk di Kecamatan Randublatung tergolong dalam kategori masyarakat berpenghasilan rendah, dengan pendapatan di bawah garis kemiskinan.

Tingkat pengangguran di Desa Kutukan juga menjadi isu yang cukup krusial. Data dari Dinas Tenaga Kerja dan Transmigrasi Kabupaten Blora menunjukkan bahwa pada tahun 2023, tingkat pengangguran terbuka di kecamatan ini mencapai 5,7%, lebih tinggi dibandingkan rata-rata kabupaten yang berada di angka 4,8%. Keterbatasan lapangan pekerjaan, khususnya di sektor formal, menjadi salah satu penyebab utama tingginya angka pengangguran.¹ Sebagian besar penduduk desa, terutama kaum wanita, terlibat dalam pekerjaan informal yang tidak memberikan jaminan pendapatan yang layak dan stabil.

Namun, di balik tantangan tersebut, Desa Kutukan memiliki potensi besar dalam pengembangan usaha kreatif berbasis komunitas.² Budaya gotong royong dan kekeluargaan yang masih kuat di desa ini merupakan modal sosial yang dapat dimanfaatkan untuk membangun usaha kreatif yang berkelanjutan.³ Selain itu, desa ini juga memiliki akses yang cukup baik ke pasar Blora, yang dapat menjadi target penjualan produk kreatif.⁴ Melalui pendekatan yang tepat, potensi ini dapat diubah menjadi peluang usaha yang mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa.

Salah satu inovasi yang dapat dikembangkan adalah pembuatan Simple Bouquet Homemade, sebuah bisnis kreatif yang dapat dijalankan dengan modal kecil dan keterampilan dasar.⁵ Bouquet sederhana ini dapat dibuat dari bahan-bahan yang mudah didapat, seperti bunga kering, daun, dan pita, yang diolah menjadi produk yang bernilai jual tinggi. Produk bouquet homemade ini juga memiliki pangsa pasar yang luas, baik untuk kebutuhan dekorasi acara, hadiah, maupun keperluan pribadi.⁶ Menurut data Asosiasi Pengusaha Florist Indonesia (APFI), permintaan terhadap produk bouquet meningkat sekitar 15% setiap tahunnya, terutama

¹ Alpon Satrianto Syahri Fauzi, Dewi Zaini Putri, "Analisis Determinan Setengah Pengangguran Di Sumatera Barat," *Jurnal Ecogen* 1, no. 3 (2018): 567–77.

² Marazaenal Adipta, Emiliyan Mamuki, and Mohammad Jon Tasrif, "Eksistensi Pemuda Dalam Mengembangkan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal," *Jurnal Pendidikan, Sains Sosial, Dan Agama* 8, no. 2 (2022): 686–93, <https://doi.org/10.53565/pssa.v8i2.686>.

³ Leny Suryani, "Modal Sosial Dalam Pengelolaan Festival Budaya Yang Berkelanjutan (Studi Kasus Festival Kampung Cempluk)," *Jurnal Ilmiah Global Education* 4, no. 2 (2023): 842–53.

⁴ Ade Onny Siagian, "Strategi Pemulihan Pemasaran UMKM Di Masa Pandemi Covid-19 Pada Sektor Ekonomi Kreatif," *Jurnal Teknologi Dan Informasi Bisnis* 3, no. 1 (2021): 206–17.

⁵ Sang Ayu et al., "Jurnal Bina Desa Pelatihan Keterampilan Pembuatan Kreasi Buket Sebagai Upaya Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan Ibu-Ibu PKK Desa Kebojongan," *Jurnal Bina Desa* 5, no. 3 (2023): 428–34.

⁶ Yolanda Octavally, Christy Dwita Mariana, and Dionisius Yusuf, "JBEE Volume 3 No 1 2021 Positioning Flower Bouquet Dengan Multidimensional Scaling Berdasarkan Persepsi Konsumen Di Lacherie Florist," *Journal Business, Economics and Entrepreneurship* 3, no. 1 (2021).

di kota-kota besar seperti Semarang dan Surabaya, yang juga dapat menjadi target pemasaran dari produk ini.⁷

Pelatihan dan pemberdayaan masyarakat dalam membuat Simple Bouquet Homemade di Desa Kutukan tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan keterampilan, tetapi juga sebagai upaya untuk membuka peluang usaha baru yang berkelanjutan. Program ini dirancang dengan pendekatan partisipatif, di mana masyarakat desa dilibatkan secara aktif mulai dari tahap perencanaan hingga pelaksanaan.⁸ Dengan adanya pelatihan ini, diharapkan masyarakat dapat menghasilkan produk yang berkualitas dan memiliki daya saing di pasar, serta mampu meningkatkan pendapatan mereka secara mandiri.⁹

Kesuksesan program ini juga sangat bergantung pada dukungan dari berbagai pihak, termasuk pemerintah daerah, lembaga swadaya masyarakat, dan sektor swasta. Sinergi antar pihak ini diperlukan untuk memastikan keberlanjutan usaha kreatif ini dalam jangka panjang.¹⁰ Dukungan berupa pelatihan lanjutan, akses modal, serta bantuan pemasaran akan sangat membantu masyarakat Desa Kutukan dalam mengembangkan usaha bouquet homemade ini menjadi salah satu pilar ekonomi desa yang dapat diandalkan.

Dengan demikian, inovasi Simple Bouquet Homemade di Desa Kutukan Randublatung Blora diharapkan dapat menjadi model pemberdayaan ekonomi masyarakat berbasis kreativitas dan potensi lokal, yang tidak hanya meningkatkan kesejahteraan tetapi juga memperkuat identitas dan kemandirian ekonomi masyarakat desa.¹¹ Program ini diharapkan mampu menjadi contoh bagi desa-desa lain di Kabupaten Blora maupun di daerah lain di Indonesia dalam mengembangkan usaha kreatif yang berkelanjutan.¹²

METODE

Program "Simple Bouquet Homemade" akan dilaksanakan melalui tiga tahapan utama: pelatihan dan workshop, pemberdayaan masyarakat, serta evaluasi dan monitoring.¹³ Tahap pertama, yaitu pelatihan dan workshop, akan fokus pada peningkatan keterampilan masyarakat dalam pembuatan bouquet sederhana. Kegiatan ini mencakup identifikasi peserta, penyusunan materi, dan pelaksanaan pelatihan yang melibatkan sesi teori dan praktik. Peserta akan diajarkan teknik merangkai bunga, penggunaan pita dan dekorasi, serta teknik pengemasan

⁷ Yuyun Yuniarti and Trisa Nur Kania, "Analisis Strategi Pemasaran Bouquet Bunga Pada Quinn Island Florist Kecamatan Parongpong Kabupaten Bandung Barat," *Business Preneur : Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 06, no. 1 (2024).

⁸ Muhammad Ilham Fahmi Brelyantika Indra Jesa, "Encapai Efektivitas Program Pemberdayaan Melalui Technology Of Participation (ToP): Studi Kasus Di Desa Cisambeng Kabupaten Majalengka," *JATTEC* 1, no. 2 (2020): 82–90.

⁹ Martina Rahmawati Masitoh Santi Riana Dewi, Andari, "Peran Pelatihan Dan Workshop Bagi Peningkatan Motivasi, Inovasi Dan Kreativitas Pada UMKM Kerajinan Tangan Dari Manik-Manik," *KAIBON ABHINAYA: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT* 1, no. 2 (2019): 59–65.

¹⁰ dan Indra Prpto Nugroho Hesty Heryani, Agung Cahyo Legowo, "Strategi Pengembangan Industri Kreatif Untuk Inovasi Creative Industry Development Strategy For Innovation.," *Jurnal Teknologi Industri Pertanian* 30, no. 3 (2020): 290–98.

¹¹ Mutiara Eka Putri et al., "Pemberdayaan Ibu Rumah Tangga Dalam Menciptakan Produk Ekonomi Kreatif 1," *Jurnal Abdimas Bina Bangsa* 4, no. 2 (2023): 1501–6.

¹² Muhamad mustaqim, "Pengembangan Ekonomi Kreatif Desa (Studi Atas Pengembangan Ekowisata Cengklik , Blora)," *Jurnal Perspektif* 2, no. 2 (2018): 267–83.

¹³ Christova Hesti Wardhani and M Makmur, "Manajemen Penyelenggaraan Program Pelatihan Masyarakat (Studi Di Balai Besar Pemberdayaan Masyarakat Dan Desa Kementerian Dalam Negeri Di Malang)," *Wacana* 18, no. 1 (2015): 21–30.

agar bouquet terlihat menarik dan siap dijual. Pendampingan juga diberikan dalam pemasaran produk, baik melalui media sosial maupun penjualan langsung, sehingga peserta mampu memasarkan produk mereka secara efektif.¹⁴

Tahap kedua, pemberdayaan masyarakat, akan dilakukan dengan membentuk kelompok usaha kecil yang dikelola oleh peserta pelatihan. Setiap kelompok akan dilatih dalam manajemen usaha kecil, mencakup pengelolaan keuangan, pembagian peran, dan sistem pembagian keuntungan yang adil.¹⁵ Evaluasi dan monitoring menjadi tahap ketiga dalam metode pelaksanaan ini, di mana perkembangan usaha dan dampak ekonomi akan dipantau secara berkala. Sesi evaluasi bulanan akan diadakan untuk mengidentifikasi kendala yang dihadapi dan mencari solusi bersama. Hasil evaluasi ini akan digunakan untuk pengembangan lebih lanjut dari program, dengan fokus pada peningkatan keterampilan, penguatan kelompok usaha, dan perluasan pasar.¹⁶

Tabel. 1 Tahapan dan Aktivitas Program

Tahapan	Aktivitas Utama	Keluaran
Pelatihan dan Workshop	- Identifikasi Peserta - Penyusunan Materi - Pelatihan Pembuatan Bouquet	Keterampilan membuat bouquet meningkat
Pemberdayaan Masyarakat	- Pembentukan Kelompok Usaha - Pelatihan Manajemen Usaha - Pembagian Peran	Kelompok usaha kecil terbentuk dan mandiri
Evaluasi dan Monitoring	- Monitoring Perkembangan Usaha - Sesi Evaluasi Bulanan - Pengembangan Program	Peningkatan pendapatan dan evaluasi berkelanjutan

Dengan pelaksanaan metode yang detail dan terstruktur ini, diharapkan program "Simple Bouquet Homemade" dapat berjalan dengan efektif, memberdayakan masyarakat Desa Kutukan, dan menghasilkan dampak ekonomi yang positif serta berkelanjutan.

HASIL DAN DISKUSI

1. Sosialisasi Bahaya Judi Online

Sosialisasi ini memberikan pemahaman mendalam kepada peserta tentang definisi, jenis-jenis,

1. Pencapaian Tujuan Pelatihan dan Pemberdayaan Masyarakat

Pelaksanaan program "Simple Bouquet Homemade" menunjukkan hasil yang signifikan dalam hal peningkatan keterampilan dan pemberdayaan ekonomi masyarakat Desa Kutukan. Tahap pelatihan dan workshop berhasil mencapai tujuan utama, yakni meningkatkan keterampilan peserta dalam pembuatan bouquet sederhana. Dari 30 peserta yang mengikuti program, 28 di antaranya mampu menguasai teknik dasar pembuatan bouquet, termasuk merangkai bunga, penggunaan pita dan dekorasi, serta pengemasan

¹⁴ Indriyati Kamil et al., "Pendampingan UMKM Melalui Pemanfaatan Digital Marketing Pada Platform Pendahuluan," *AMALEE: INDONESIAN JOURNAL OF COMMUNITY RESEARCH AND ENGAGEMENT* 3, no. 2 (2022): 517–26.

¹⁵ Baiq Adriani Ulfa et al., "Pengenalan Manajemen Keuangan Usaha Kecil Dan Menengah," *ADMA: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat* 1, no. 1 (2020): 27–32.

¹⁶ Tri Jamhari and Nurul Khotimah, "Program Tenaga Kerja Mandiri (TKM): Konsep Dan Implementasi," *Jurnal Ketenagakerjaan* 17, no. 3 (2022), <https://doi.org/10.47198/naker.v17i3.133>.

produk. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa kualitas bouquet yang dihasilkan peserta meningkat secara bertahap, dengan nilai estetika dan daya jual yang semakin tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa metode pelatihan yang melibatkan teori dan praktik secara seimbang efektif dalam membekali peserta dengan keterampilan yang dibutuhkan.¹⁷

Adapun dokumentasi Pelatihan dan Workshop serta hasil karya yang telah kami hasilkan sebagai berikut:

a. Proses Pembuatan Bouquet Homemade



b. Hasil Karya Bouquet Homemade



c. Dokumentasi Pelatihan dan Workshop



¹⁷ Yati Suhartini, "Pengaruh Materi Dan Metode Pelatihan Terhadap Kemampuan Kerja Karyawan PDBPR Bantul, Yogyakarta," *Jurnal Akuntansi & Manajemen Akmenika* 16, no. 2 (2019): 237–54.

2. Dampak Ekonomi Terhadap Masyarakat Desa Kutukan

Program ini juga memberikan dampak ekonomi yang nyata bagi peserta. Berdasarkan data penjualan produk selama tiga bulan pertama setelah pelatihan, pendapatan rata-rata rumah tangga peserta meningkat sebesar 20-30%. Pemasaran produk yang dilakukan baik secara online melalui media sosial maupun secara offline melalui kerjasama dengan toko bunga dan kafe lokal, terbukti berhasil menjangkau pasar yang lebih luas. Selain itu, beberapa peserta melaporkan bahwa mereka berhasil menambah jumlah pelanggan tetap, terutama untuk pesanan acara-acara seperti pernikahan dan ulang tahun. Dampak ini menunjukkan bahwa selain keterampilan teknis, pendampingan dalam pemasaran juga berperan penting dalam kesuksesan usaha bouquet homemade ini.¹⁸

3. Pembentukan dan Keberhasilan Kelompok Usaha Kecil

Pembentukan kelompok usaha kecil menjadi salah satu aspek kunci dalam pemberdayaan masyarakat melalui program ini. Tiga kelompok usaha berhasil dibentuk dengan anggota yang terdiri dari peserta pelatihan. Setiap kelompok diberikan pelatihan manajemen usaha, yang mencakup pengelolaan keuangan, pembagian peran, dan sistem pembagian keuntungan yang adil. Hasilnya, kelompok usaha ini berhasil menjalankan produksi dan penjualan bouquet secara mandiri. Keberhasilan ini tidak hanya terlihat dari meningkatnya pendapatan anggota kelompok, tetapi juga dari meningkatnya kerjasama dan solidaritas antaranggota. Mereka mampu mengatasi tantangan bersama, seperti fluktuasi harga bahan baku dan perubahan permintaan pasar, dengan inovasi produk dan penyesuaian strategi pemasaran.¹⁹

4. Tantangan dan Kendala dalam Pelaksanaan Program

Meskipun program ini menunjukkan banyak keberhasilan, beberapa tantangan dan kendala masih harus dihadapi. Salah satu kendala utama yang dihadapi peserta adalah akses terhadap bahan baku yang konsisten dan berkualitas. Beberapa peserta melaporkan kesulitan dalam mendapatkan bunga segar atau bahan dekoratif dengan harga yang terjangkau, terutama selama musim tertentu. Selain itu, keterbatasan akses internet di beberapa bagian desa juga menjadi hambatan dalam pemasaran online. Beberapa peserta mengalami kesulitan dalam mengelola akun media sosial mereka karena keterbatasan pengetahuan teknologi. Tantangan ini menyoroti perlunya dukungan lebih lanjut, seperti pelatihan tambahan dalam teknologi digital dan pengembangan jaringan pasokan bahan baku.²⁰

5. Dampak Sosial dan Penguatan Kemandirian Masyarakat

Selain dampak ekonomi, program ini juga memberikan dampak sosial yang positif bagi masyarakat Desa Kutukan. Pembentukan kelompok usaha telah memperkuat ikatan sosial antaranggota masyarakat, terutama di kalangan wanita dan pemuda. Melalui kerja sama dalam kelompok, mereka belajar untuk berbagi tanggung jawab, menyelesaikan konflik, dan mengambil keputusan bersama. Pengalaman ini tidak hanya meningkatkan keterampilan manajemen, tetapi juga memperkuat rasa percaya diri dan kemandirian mereka. Program ini berhasil menciptakan lingkungan yang mendukung bagi masyarakat

¹⁸ Muhammad Taufiq Abadi Khofifatul Alivia, "Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Usaha Buket Majas Craft," *Econetica* 5, no. 2 (2023).

¹⁹ Polarista Mariani Sagala et al., "Analisis Pentingnya Perencanaan Dan Pengembangan Bisnis Dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan," *KARYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 4, no. 1 (2024): 150–59.

²⁰ Mun Yah Zahiroh, "Peluang Dan Tantangan Transformasi Digital UMKM Di Indonesia Pasca Pandemi Covid-19," *Journal of Economics and Social Sciences (JESS)* 1, no. 2 (2022): 124–33.

untuk berkembang dan berinovasi, yang pada akhirnya meningkatkan kualitas hidup mereka secara keseluruhan.²¹

6. Rekomendasi untuk Pengembangan Lebih Lanjut

Berdasarkan hasil dan pembahasan di atas, beberapa rekomendasi dapat diberikan untuk pengembangan program di masa depan. Pertama, perlu ada kerjasama dengan pemasok bahan baku yang lebih stabil dan terjangkau, atau bahkan mengembangkan kebun bunga lokal untuk kebutuhan bahan baku. Kedua, pelatihan lanjutan dalam teknologi digital dan pemasaran online diperlukan untuk meningkatkan keterampilan peserta dalam memanfaatkan platform online. Ketiga, program ini dapat diperluas dengan melibatkan lebih banyak peserta dari desa-desa lain, serta memperluas pasar dengan menjalin kerjasama dengan toko-toko bunga di kota-kota besar. Dengan langkah-langkah ini, diharapkan program Simple Bouquet Homemade dapat terus berkembang dan memberikan dampak yang lebih luas bagi kesejahteraan masyarakat.²²

Selain itu, program ini bisa dijadikan percontohan bagi pelaku bisnis kreatif, yang dilakukan oleh masyarakat desa lainnya, di Indonesia maupun luar Indonesia. Percontohan juga bisa dilakukan dengan pengembangan citra produk kreatif, misalnya hasil ide kreatif bisa diajukan untuk kepemilikan hak cipta intelektual atau merek hak cipta.

Terlebih di tahun ini yang serba digital, pengembangan dari sisi sentuhan *marketing online* juga dilakukan dengan berbagai pihak. Agar keterjangkauan bisa lebih luas dan manfaat dari hal tersebut oleh semua pihak, secara khusus pemerhati atau pelaku bisnis kreatif.

KESIMPULAN

Program "Simple Bouquet Homemade: Inovasi Bisnis Kreatif untuk Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat di Desa Kutukan Randublutung Blora" telah berhasil mencapai tujuan utamanya dengan signifikan. Melalui pelatihan yang efektif dan komprehensif, peserta program mampu meningkatkan keterampilan dalam pembuatan bouquet sederhana serta mendapatkan pendapatan tambahan melalui usaha kreatif ini. Pembentukan kelompok usaha kecil telah memperkuat kolaborasi antaranggota masyarakat, menciptakan lingkungan yang mendukung bagi perkembangan usaha dan peningkatan kesejahteraan ekonomi. Dampak positif ini terlihat dari peningkatan pendapatan peserta dan keberhasilan dalam memasarkan produk bouquet secara efektif, baik secara online maupun offline.

Namun, program ini juga menghadapi beberapa tantangan, terutama terkait dengan akses bahan baku dan keterbatasan pengetahuan teknologi. Kendala ini menunjukkan bahwa dukungan lanjutan dan pengembangan lebih lanjut sangat diperlukan untuk memastikan keberlanjutan usaha dan memperluas dampak positif dari program ini. Dengan mengatasi kendala tersebut melalui pelatihan lanjutan, pengembangan jaringan pasokan, serta perluasan pasar, program ini memiliki potensi untuk menjadi model pemberdayaan ekonomi berbasis kreativitas yang dapat direplikasi di desa-desa lain di Indonesia.

²¹ Aulia Shabrina, Kharisma Nuraini, and Athallah Naufal, "Strategi Kampanye Kebersihan Lingkungan Oleh Pandawara Group Melalui Media Tiktok," *Prosiding Seminar Nasional*, 2023, 1544–56.

²² Septiana Sanar et al., "Mengembangkan Kreativitas Pembuatan Buket Bunga Di Kalangan Jiwa Muda Berwirausaha," *Jurnal Kewirausahaan Cerdas Dan Digital* 1, no. 3 (2024).

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam mensukseskan program "Simple Bouquet Homemade: Inovasi Bisnis Kreatif untuk Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat di Desa Kutukan Randublatung Blora." Terima kasih kepada Kepala Desa Kutukan beserta perangkat desa, para fasilitator, instruktur, dan mitra lokal yang telah memberikan dukungan penuh dan kesempatan bagi peserta untuk berkembang. Penghargaan khusus juga kami sampaikan kepada para peserta program atas semangat dan dedikasi mereka dalam mengikuti pelatihan dan mengaplikasikan keterampilan baru ini. Dukungan dan kerjasama dari semua pihak sangat berperan dalam keberhasilan program ini.

DAFTAR REFERENSI

- Adipta, Marazaenal, Emiliyan Mamuki, and Mohammad Jon Tasrif. "Eksistensi Pemuda Dalam Mengembangkan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal." *Jurnal Pendidikan, Sains Sosial, Dan Agama* 8, no. 2 (2022): 686–93. <https://doi.org/10.53565/pssa.v8i2.686>.
- Ayu, Sang, Putu Rahayu, Alfi Zaqiyaturrohmaniah, Siska Amelia, Dewi Ratna Sari, and Fauziah Ayu Lestari. "Jurnal Bina Desa Pelatihan Keterampilan Pembuatan Kreasi Buket Sebagai Upaya Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan Ibu-Ibu PKK Desa Kebojongan." *Jurnal Bina Desa* 5, no. 3 (2023): 428–34.
- Brelyantika Indra Jesa, Muhammad Ilham Fahmi. "Encapai Efektivitas Program Pemberdayaan Melalui Technology Of Participation (ToP): Studi Kasus Di Desa Cisambeng Kabupaten Majalengka." *JATTEC* 1, no. 2 (2020): 82–90.
- Hesty Heryani, Agung Cahyo Legowo, dan Indra Prapto Nugroho. "Strategi Pengembangan Industri Kreatif Untuk Inovasi Creative Industry Development Strategy For Innovation." *Jurnal Teknologi Industri Pertanian* 30, no. 3 (2020): 290–98.
- Jamhari, Tri, and Nurul Khotimah. "Program Tenaga Kerja Mandiri (TKM): Konsep Dan Implementasi." *Jurnal Ketenagakerjaan* 17, no. 3 (2022). <https://doi.org/10.47198/naker.v17i3.133>.
- Kamil, Indriyati, Asri Ady Bakri, Suhartini Salingkat, and Jemi Pabisangan Tahirs. "Pendampingan UMKM Melalui Pemanfaatan Digital Marketing Pada Platform Pendahuluan." *AMALEE: INDONESIAN JOURNAL OF COMMUNITY RESEARCH AND ENGAGEMENT* 3, no. 2 (2022): 517–26.
- Khofifatul Alivia, Muhammad Taufiq Abadi. "Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Usaha Buket Majas Craft." *Econetica* 5, no. 2 (2023).
- Leny Suryani. "Modal Sosial Dalam Pengelolaan Festival Budaya Yang Berkelanjutan (Studi Kasus Festival Kampung Cempluk)." *Jurnal Ilmiah Global Education* 4, no. 2 (2023): 842–53.
- Muhamad mustaqim. "Pengembangan Ekonomi Kreatif Desa (Studi Atas Pengembangan Ekowisata Cengklik, Blora)." *Jurnal Perspektif* 2, no. 2 (2018): 267–83.
- Mun Yah Zahiroh. "Peluang Dan Tantangan Transformasi Digital UMKM Di Indonesia Pasca Pandemi Covid-19." *Journal of Economics and Social Sciences (JESS)* 1, no. 2 (2022): 124–33.
- Octavalery, Yolanda, Christy Dwita Mariana, and Dionisius Yusuf. "JBEE Volume 3 No 1 2021 Positioning Flower Bouquet Dengan Multidimensional Scaling Berdasarkan Persepsi

- Konsumen Di Lacherie Florist.” *Journal Business, Economics and Entrepreneurship* 3, no. 1 (2021).
- Putri, Mutiara Eka, Tulus Suryanto, Program Studi, Magister Ekonomi, Universitas Islam, Negeri Raden, Intan Lampung, Universitas Islam, Negeri Raden, and Intan Lampung. “Pemberdayaan Ibu Rumah Tangga Dalam Menciptakan Produk Ekonomi Kreatif 1.” *Jurnal Abdimas Bina Bangsa* 4, no. 2 (2023): 1501–6.
- Sagala, Polarista Mariani, Krisna Melida Br Tarigan, Sonja Andarini, Indah Respati, and Kusumasari. “Analisis Pentingnya Perencanaan Dan Pengembangan Bisnis Dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan.” *KARYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 4, no. 1 (2024): 150–59.
- Sanar, Septiana, Hemenius R Solossa, Ria Angela, Susana Magdalena, Welly Muskita, and Universitas Victory Sorong. “Mengembangkan Kreativitas Pembuatan Buket Bunga Di Kalangan Jiwa Muda Berwirausaha.” *Jurnal Kewirausahaan Cerdas Dan Digital* 1, no. 3 (2024).
- Santi Riana Dewi, Andari, Martina Rahmawati Masitoh. “Peran Pelatihan Dan Workshop Bagi Peningkatan Motivasi, Inovasi Dan Kreativitas Pada UMKM Kerajinan Tangan Dari Manik-Manik.” *KAIBON ABHINAYA: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT* 1, no. 2 (2019): 59–65.
- Shabrina, Aulia, Kharisma Nuraini, and Athallah Naufal. “Strategi Kampanye Kebersihan Lingkungan Oleh Pandawara Group Melalui Media Tiktok.” *Prosiding Seminar Nasional*, 2023, 1544–56.
- Siagian, Ade Onny. “Strategi Pemulihan Pemasaran UMKM Di Masa Pandemi Covid-19 Pada Sektor Ekonomi Kreatif.” *Jurnal Teknologi Dan Informasi Bisnis* 3, no. 1 (2021): 206–17.
- Suhartini, Yati. “Pengaruh Materi Dan Metode Pelatihan Terhadap Kemampuan Kerja Karyawan PDBPR Bantul, Yogyakarta.” *Jurnal Akuntansi & Manajemen Akmenika* 16, no. 2 (2019): 237–54.
- Syahri Fauzi, Dewi Zaini Putri, Alpon Satrianto. “Analisis Determinan Setengah Pengangguran Di Sumatera Barat.” *Jurnal Ecogen* 1, no. 3 (2018): 567–77.
- Ulfa, Baiq Adriani, Ikang Murapi, Phyta Rahima, and R Ayu Ida Aryani. “Pengenalan Manajemen Keuangan Usaha Kecil Dan Menengah.” *ADMA: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat* 1, no. 1 (2020): 27–32.
- Wardhani, Christova Hesti, and M Makmur. “Manajemen Penyelenggaraan Program Pelatihan Masyarakat (Studi Di Balai Besar Pemberdayaan Masyarakat Dan Desa Kementerian Dalam Negeri Di Malang).” *Wacana* 18, no. 1 (2015): 21–30.
- Yuniarti, Yuyun, and Trisa Nur Kania. “Analisis Strategi Pemasaran Bouquet Bunga Pada Quinn Island Florist Kecamatan Parongpong Kabupaten Bandung Barat.” *Business Preneur : Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 06, no. 1 (2024).