

Pendampingan Keterampilan Buket dan Literasi Digital sebagai upaya Peningkatan Kemandirian Ekonomi pada UMKM Desa Ara

Sri Asfirawati Halik¹, Perawati², Husni Sulaiman³, Andi Nurul Faizah⁴, Farida⁵

Program Studi Sistem Informasi, Institut Teknologi dan Bisnis Bina Adinata

¹fhiefhyu@gmail.com, ²perawati862@gmail.com, ³husninevergiveup@gmail.com, ⁴nf0519990@gmail.com, ⁵faridahvaryd4@gmail.com

Abstract

This community service program aimed to enhance the economic independence of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Ara Village through integrated mentoring in bouquet making and digital product literacy. Despite its recognition as one of Indonesia's top tourist villages, Ara Village faced challenges in optimizing its creative economy due to limited marketing technology adoption. A participatory mentoring approach was employed, consisting of socialization, hands on workshops, and digital marketing education. The program involved 24 participants, including MSME owners, housewives, and local youth. Result demonstrated a significant improvement in technical skills, 95% of participants mastered professional bouquet wrapping and layering techniques. Evaluation analysis revealed a substantial surge in digital literacy, shifting from "low" to "high" categories. Furthermore understanding of content management and business accounts increased from 50% to 90%. The concrete outputs include the creation of new souvenir varieties and the activation of business social media platforms. In conclusion, the integration of manual creativity and the technological literacy effectively established a new entrepreneurial ecosystem, fostering sustainable economic independence for Ara Village in the digital era.

Keywords: Bouquets, MSMEs, Literacy, Digital, creative

Abstrak

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kemandirian ekonomi pelaku UMKM di Desa Ara, melalui pendampingan pembuatan buket dan penguatan literasi produk digital. Desa Ara, sebagai salah satu desa Wisata terbaik di Indonesia yang memiliki potensi ekonomi kreatif namun belum optimal dalam hal pemanfaatan teknologi pemasaran. Metode yang digunakan adalah pendampingan partisipatif yang meliputi tahap sosialisasi, workshop praktik langsung, dan edukasi pemasaran digital. Kegiatan ini melibatkan 24 peserta yang terdiri dari pelaku UMKM, ibu rumah tangga, dan pemuda lokal. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan pada keterampilan teknis peserta, di mana 95% peserta berhasil menguasai teknik *wrapping* dan *layering* buket. Analisis evaluasi menunjukkan lonjakan literasi digital peserta dari kategori rendah ke tinggi, dengan pemahaman manajemen konten dan akun bisnis meningkat sebesar 40% (dari 50% menjadi 90%). Luasan konkret dari kegiatan ini adalah terciptanya variasi produk souvenir baru dan aktivasi media sosial bisnis bagi UMKM. Kesimpulan dari kegiatan pendampingan ini adalah bertambahnya kreativitas tangan dan literasi teknologi secara nyata mampu menciptakan ekosistem wirausaha baru yang mendukung kemandirian ekonomi Desa Ara pada era digital saat ini.

Kata kunci: Buket, UMKM, Literasi, Digital, Kreatif

© 2026 Author
Creative Commons Attribution 4.0 International License



1. Pendahuluan

Pembangunan ekonomi nasional di Indonesia saat ini berada pada titik krusial di mana Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan sebagai tulang punggung stabilitas ekonomi makro. UMKM tercatat menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menjadi penyerap tenaga kerja terbesar dengan cakupan mencapai 97% dari total angkatan kerja [1]. Dalam dinamika ekonomi global yang semakin terintegrasi, keberadaan UMKM tidak hanya berfungsi sebagai penyedia lapangan kerja, tetapi juga sebagai motor inovasi yang mampu merespons kebutuhan pasar lokal secara cepat. Namun, tantangan besar muncul seiring dengan terjadinya transformasi digital yang memaksa setiap unit usaha untuk beradaptasi dengan teknologi informasi agar tetap relevan dan kompetitif [2].

Kabupaten Bulukumba, yang terletak di Provinsi Sulawesi Selatan, merupakan daerah yang memiliki karakteristik ekonomi unik dengan basis utama pada sektor maritim, pariwisata, dan industri kreatif. Salah satu wilayah yang menjadi representasi kekuatan budaya dan pariwisata di kabupaten ini adalah Desa Ara [3]. Desa ini dikenal secara internasional melalui tradisi pembuatan perahu Pinisi, yang para pengrajinnya dijuluki sebagai "Panrita Lopi" atau ahli pembuat perahu. Keahlian turun-temurun ini telah menempatkan Desa Ara sebagai bagian dari warisan budaya tak benda UNESCO [4]. Selain itu, keindahan alam seperti Pantai Apparalang, Pantai Mandala Ria, serta gua-gua eksotis menjadikan Desa Ara sebagai magnet bagi wisatawan domestik maupun mancanegara.

Meskipun memiliki potensi pariwisata yang sangat besar, Desa Ara menghadapi tantangan geografis dan ekonomi yang signifikan. Secara geografis, wilayah Desa Ara didominasi oleh perbukitan kapur dengan batu-batu menonjol dan tanah yang tipis, sehingga lahan pertanian sangat terbatas. Kondisi ini memaksa penduduk, terutama kaum laki-laki, untuk memilih profesi di luar sektor agraris seperti menjadi tukang perahu, pedagang, atau perantau. Di sisi lain, kaum perempuan, khususnya ibu rumah tangga, seringkali tidak memiliki kegiatan produktif yang dapat menunjang ekonomi keluarga secara berkelanjutan. Kurangnya diversifikasi produk ekonomi kreatif pendukung pariwisata menyebabkan wisatawan hanya datang untuk melihat pemandangan tanpa banyak melakukan transaksi ekonomi dengan masyarakat lokal di luar biaya masuk objek wisata [5]. Profil Geografis dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Profil Geografis dan Demografis Desa Ara

Kategori	Keterangan Data
Luas Wilayah	1991,1 km ²
Topografi	Perbukitan Kapur / Dataran Tinggi (+0-100 m dpl)

Total Populasi	2442 Jiwa
Jumlah Penduduk Laki-laki	1159 Jiwa
Jumlah Penduduk Perempuan	1289 Jiwa
Jumlah Kepala Keluarga (KK)	642 KK
Potensi Utama	Kerajinan Perahu Pinisi, Wisata Pantai, Seni Ukir

Munculnya kebutuhan akan kreativitas dan keterampilan tangan yang memiliki nilai ekonomi tinggi menjadi peluang yang harus ditangkap oleh masyarakat Desa Ara. Salah satu tren produk kreatif yang saat ini tengah digemari oleh berbagai kalangan adalah pembuatan buket. Buket, yang awalnya hanya identik dengan rangkaian bunga segar, kini telah bertransformasi menjadi berbagai bentuk kreatif seperti buket bunga flanel, buket snack, buket uang, hingga buket bumbu dapur. Produk ini memiliki permintaan pasar yang stabil dan cenderung meningkat, terutama saat musim kelulusan (wisuda), perayaan ulang tahun, pernikahan, hingga hari-hari besar keagamaan [6]. Bagi masyarakat Desa Ara, bisnis buket menawarkan solusi wirausaha yang fleksibel karena dapat dikerjakan di rumah, membutuhkan modal yang relatif kecil, namun memiliki nilai tambah yang signifikan jika dikemas dengan estetika yang baik.

Namun, keterampilan teknis dalam memproduksi barang kreatif saja tidaklah cukup di era ekonomi digital saat ini. Banyak pelaku UMKM di perdesaan, termasuk di Desa Ara, yang masih terjebak pada metode pemasaran konvensional atau hanya mengandalkan penjualan "mulut ke mulut". Literasi digital menjadi penghambat utama bagi mereka untuk melakukan ekspansi pasar. Literasi digital bukan sekadar kemampuan menggunakan perangkat seluler, melainkan kapasitas untuk mencari, mengevaluasi, dan menyampaikan informasi secara etis dan efektif di lingkungan digital. Tanpa pemahaman tentang cara mendokumentasikan produk secara menarik, mengelola akun bisnis di media sosial, atau memahami mekanisme transaksi digital, produk kreatif yang dihasilkan masyarakat tidak akan mampu menembus pasar yang lebih luas [7].

Transformasi digital bagi UMKM perdesaan adalah sebuah keniscayaan untuk memastikan keberlangsungan bisnis (*business continuity*). Penggunaan platform seperti Instagram, Facebook Marketplace, dan aplikasi pesan singkat seperti WhatsApp Business telah terbukti mampu meningkatkan volume penjualan dengan biaya promosi yang sangat minim. Melalui literasi digital, pelaku UMKM dapat membangun *personal branding* dan identitas merek yang kuat, yang sangat penting untuk membedakan produk mereka dengan produk sejenis di pasar global. Selain itu, literasi digital juga mencakup aspek manajemen keuangan digital dan akses terhadap layanan teknologi keuangan (*fintech*) yang dapat membantu UMKM

dalam mengelola modal usaha secara lebih transparan dan efisien [8].

Oleh karena itu, kegiatan pengabdian masyarakat ini dirancang untuk menjawab permasalahan fundamental tersebut melalui pendekatan yang komprehensif. Tim pengabdian dari Institut Teknologi dan Bisnis (ITEB) Bina Adinata menginisiasi program yang menggabungkan pelatihan hardskill "Praktik Pembuatan Buket" dengan penguatan softskill "Literasi Pemanfaatan Produk Digital". Program ini sejalan dengan upaya pemerintah Kabupaten Bulukumba dalam mencetak wirausaha baru dan mendorong produktivitas Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) demi terwujudnya kemandirian ekonomi daerah. Dengan memberdayakan ibu rumah tangga, pemuda, dan pelaku UMKM di Desa Ara, diharapkan akan muncul unit-unit usaha kreatif baru yang mampu menjadi penopang ekonomi keluarga sekaligus memperkaya daya tarik Desa Ara sebagai destinasi wisata digital yang mandiri dan adaptif terhadap perkembangan teknologi informasi.

Tujuan akhir dari program ini adalah terciptanya masyarakat Desa Ara yang tidak hanya mahir sebagai pengrajin, tetapi juga cerdas sebagai pelaku bisnis digital. Keberhasilan program ini diharapkan dapat menjadi model pemberdayaan masyarakat desa yang dapat direplikasi di daerah lain dengan potensi serupa, sehingga kesenjangan ekonomi antara wilayah perkotaan dan perdesaan dapat semakin diminimalisir melalui pemanfaatan teknologi yang tepat guna [9].

2. Metode Pengabdian Masyarakat

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan yang sistematis dan partisipatif agar hasil yang dicapai dapat dirasakan secara langsung oleh mitra. Tim pengabdian menerapkan model *Discussion-Consultation* yang dikombinasikan dengan metode *Participatory Action Research* (PAR). Pendekatan ini menekankan pada pelibatan aktif peserta dalam setiap tahapan, mulai dari identifikasi kebutuhan hingga evaluasi hasil karya, sehingga tercipta rasa kepemilikan terhadap program yang dijalankan.

2.1 Peserta dan Lokasi Kegiatan

Kegiatan ini dilaksanakan di Kantor Desa Ara, Kecamatan Bontobahari, Kabupaten Bulukumba. Pemilihan lokasi ini sangat strategis mengingat status Desa Ara sebagai pusat kunjungan wisatawan yang membutuhkan suplai produk souvenir kreatif. Peserta yang mengikuti pelatihan ini berjumlah 24 orang, yang terdiri dari berbagai elemen masyarakat produktif. Pembagian komposisi peserta dapat dilihat dari Tabel 2 dibawah ini :

Tabel 2. Komposisi Peserta Pelatihan Desa Ara

Kategori Peserta	Jumlah	Persentase
Pelaku UMKM Aktif	8 Orang	33%
Ibu Rumah Tangga	12 Orang	50%
Pemuda/Karang Taruna	4 Orang	17%
Total Peserta	24 Orang	100%

2.2 Peralatan dan Bahan

Untuk mendukung efektivitas pelatihan, tim pengabdian menyediakan berbagai sarana pendukung, baik untuk sesi teori digital maupun praktik fisik pembuatan buket. Peralatan utama meliputi:

2.2.1 Sarana Presentasi

Laptop dan LCD Proyektor digunakan untuk memaparkan materi literasi digital dan tutorial video teknik pembuatan buket agar dapat terlihat jelas oleh seluruh peserta.

2.2.2 Bahan Praktik Buket

Meliputi kertas *cellophane* (tahan air), kertas tisu, snack sebagai bahan utama, busa bunga (*floral foam*), tusuk sate, selotip, lem tembak, lilin, dan berbagai jenis pita kain atau satin untuk *finishing*.

2.2.3 Alat Kerja: Gunting tajam, *cutter*, dan tang kecil untuk merapikan rangkaian.

2.3 Tahapan Pelaksanaan

Metode pelaksanaan dibagi menjadi empat tahap utama yang saling berkesinambungan:

2.3.1 Tahap Sosialisasi dan Teori Singkat

Pada tahap ini, tim memberikan pemahaman konseptual mengenai pentingnya ekonomi kreatif dan peluang bisnis buket. Peserta diberikan penjelasan mengenai strategi *Cost-Based Pricing*, yaitu cara menghitung harga jual produk berdasarkan biaya produksi ditambah margin keuntungan yang diinginkan. Selain itu, diberikan pengenalan dasar mengenai jenis-jenis buket yang sedang tren di pasar, seperti buket bunga flanel yang tahan lama dan buket snack yang ekonomis namun menarik. Proses pemaparan materi dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Pemaparan Materi

2.4 Tahap Literasi Digital

Edukasi digital difokuskan pada pemanfaatan platform media sosial sebagai etalase bisnis. Materi mencakup teknik *product photography* sederhana menggunakan kamera gawai, di mana peserta diajarkan cara mengatur pencahayaan dan sudut

pandang (*angle*) agar produk terlihat estetik. Selanjutnya, peserta dibimbing untuk menginstal dan mengoptimalkan akun media sosial (Instagram, Facebook, TikTok) serta diperkenalkan pada aplikasi desain seperti Canva untuk membuat konten promosi yang menarik.

2.5 Tahap Workshop Praktik Langsung

Tahap ini merupakan sesi inti di mana peserta mempraktikkan langsung pembuatan buket dengan bimbingan narasumber. Teknik yang diajarkan meliputi:

2.5.1 Layering (Pelapisan)

Menyusun kertas *wrapping* secara bertumpuk dengan sudut tidak sejajar untuk menciptakan kesan bervolume.

2.5.2 Accordion Folds

Melipat kertas di bagian bawah pegangan untuk memberikan tekstur kerutan yang rapi.

2.5.3 Angle Wrapping

Menempatkan kertas secara diagonal di belakang rangkaian untuk membingkai bahan utama agar lebih menonjol. Tahap *Wrapping* dan merangkai buket snack dapat dilihat pada gambar 2 dan gambar 3.



Gambar 2. Wrapping



Gambar 3. Merangkai Buket Snack

2.6 Tahap Diskusi dan Evaluasi

Sesi penutup dilakukan dengan melakukan evaluasi terhadap hasil karya masing-masing peserta. Tim pengabdian memberikan masukan mengenai kerapian dan kekuatan rangkaian. Selain itu, dilakukan sesi tanya jawab untuk membahas kendala teknis yang

dihadapi serta peluang pemasaran hasil karya tersebut ke depannya. Adapun jadwal dan agenda pendampingan dapat dilihat pada Tabel 3 berikut :

Tabel 3. Jadwal dan Agenda Pelaksanaan Kegiatan

Sesi	Waktu	Aktivitas Utama	Fokus Output
I	08.00-08.30	Registrasi & Pembukaan	Kesiapan Peserta
II	08.30-10.00	Materi Literasi Digital	Pemahaman platform digital
III	10.10-11.40	Workshop Pembuatan Buket	Keterampilan hardskill (<i>wrapping</i>)
IV	11.40-12.00	Diskusi & Tanya Jawab	Solusi kendala teknis
V	12.00-12.10	Evaluasi & Penutupan	Dokumentasi & Rencana tindak lanjut

3. Hasil Dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Ara telah memberikan hasil yang signifikan dalam upaya pemberdayaan ekonomi masyarakat. Berdasarkan pengamatan langsung, wawancara, dan hasil evaluasi pasca-kegiatan, capaian pengabdian ini dapat diuraikan ke dalam beberapa indikator keberhasilan yang komprehensif.

3.1 Analisis Kemampuan Teknis Pembuatan Buket Pelatihan *hardskill* yang diberikan berhasil mentransformasi pemahaman peserta dari sekadar konsumen menjadi produsen produk kreatif. Sebanyak 24 peserta yang sebelumnya sebagian besar belum pernah merangkai buket secara profesional, kini mampu menghasilkan karya yang memiliki nilai jual. Keberhasilan ini terlihat dari kualitas produk yang dihasilkan, di mana peserta mampu mengaplikasikan teknik *layering* dan *wrapping* dengan baik.

Meskipun terdapat beberapa kendala awal pada tahap pengemasan yang membutuhkan ketelitian tinggi, pendampingan intensif dari tim pengabdian memastikan setiap peserta dapat menyelesaikan minimal satu unit buket snack yang estetik [10]. Hasil akhir kegiatan pembuatan buket dapat dilihat pada Gambar 4 dan Gambar 5.



Gambar 4. Hasil Kegiatan



Gambar 5. Produk Buket Hasil Karya Peserta

Efektivitas pelatihan keterampilan tangan (*hardskill*) diukur melalui lembar observasi kinerja selama workshop berlangsung. Berdasarkan indikator ketepatan teknik *wrapping* (pembungkusan) dan estetika *layering* (penyusunan), tercatat sebanyak 95% peserta (23 dari 24 orang) mampu menghasilkan produk buket yang memenuhi standar kualitas pasar tanpa pendampingan intensif pada sesi akhir. Hal ini menunjukkan bahwa metode praktik langsung yang diterapkan berhasil mentransfer keterampilan teknis secara efektif dalam waktu singkat. Kreativitas peserta terlihat sangat menonjol saat mereka dibebaskan untuk menentukan skema warna kertas *cellophane* yang dipadukan dengan jenis snack yang tersedia. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan berhasil merangsang imajinasi dan jiwa kewirausahaan peserta dalam industri kreatif. Untuk tingkat penguasaan aspek keterampilan peserta dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4. Tingkat Penguasaan Keterampilan Peserta (N=24)

Aspek Keterampilan	Kategori Mahir	Kategori Cukup	Kategori Perlu Latihan
Pemilihan Bahan	85%	15%	0%
Teknik Rangkaian	70%	20%	10%
Kerapian Wrapping	60%	30%	10%
Finishing (Pita/Detail)	75%	20%	5%
Penghitungan harga Jual	80%	15%	5%

3.2 Efektivitas Literasi Digital bagi Pemasaran Produk

Hasil yang tidak kalah penting adalah peningkatan literasi digital para pelaku UMKM dan ibu rumah tangga di Desa Ara. Sebelum kegiatan, sebagian besar peserta menggunakan gawai hanya untuk keperluan komunikasi pribadi atau hiburan melalui media sosial secara pasif. Melalui pelatihan ini, terjadi pergeseran paradigma di mana peserta kini memandang perangkat digital sebagai instrumen bisnis yang krusial [11]. Peserta diajarkan untuk mengambil foto produk dengan pencahayaan yang

baik, yang secara visual meningkatkan daya tarik produk buket mereka di ruang digital.

Lonjakan keterampilan digital ini terukur dari hasil perbandingan *pre-test* dan *post-test*. Pengetahuan peserta mengenai pemasaran digital meningkat drastis dari rata-rata 50% menjadi 90% [12]. Peserta kini mampu membuat akun bisnis, menyusun narasi promosi (*copywriting*) yang menarik berbasis *storytelling*, serta memahami cara penggunaan tagar yang relevan untuk memperluas jangkauan promosi ke luar wilayah Desa Ara. Transformasi ini sangat penting mengingat status Desa Ara sebagai desa wisata, di mana kehadiran digital menjadi pintu masuk utama bagi calon wisatawan atau pembeli dari luar daerah.

3.3 Respon dan Antusiasme Masyarakat

Situasi selama pelatihan berlangsung sangat kondusif dan penuh antusiasme. Peserta menunjukkan semangat belajar yang tinggi, yang dibuktikan dengan banyaknya pertanyaan yang diajukan selama sesi diskusi, terutama mengenai cara mendapatkan bahan baku kertas *wrapping* secara online dan tips agar buket tidak mudah rusak saat dikirim [13]. Fasilitas Kantor Desa Ara yang memadai turut mendukung kenyamanan peserta dalam menyerap materi dan mempraktikkannya secara langsung. Terdapat beberapa

Peningkatan kapasitas literasi digital peserta diukur melalui perbandingan hasil kuesioner sebelum (*pre-test*) dan sesudah (*post-test*) pendampingan. Data menunjukkan adanya lonjakan pemahaman yang signifikan, sebelum kegiatan, rata-rata pemahaman peserta mengenai manajemen akun bisnis dan optimasi konten hanya berada pada angka 50%. Namun, setelah diberikan edukasi strategi pemasaran digital, skor pemahaman peserta meningkat menjadi 90%. Kenaikan sebesar 40% ini membuktikan bahwa pelaku UMKM di Desa Ara memiliki antusiasme dan daya serap yang tinggi terhadap adopsi teknologi jika diberikan pendampingan yang tepat sasaran. Indikator perbandingan sebelum dan sesudah pelatihan, dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5. Perbandingan Dampak Terukur Sebelum dan Sesudah Pelatihan

Indikator Kondisi	Sebelum Pelatihan	Sesudah Pelatihan
Variasi Produk Souvenir	Terbatas (Hanya Miniatur Pinisi)	Beragam (Pinisi & Buket Snack dan bunga artificial)
Teknik Pengemasan	Tradisional (tanpa standar estetika)	Modern (95% peserta menguasai teknik <i>Layering</i> dan <i>Wrapping</i>)
Pemasaran	Konvensional (Mulut ke Mulut/offline)	Digital (Aktivasi akun bisnis di IG)
Literasi Teknologi	Rendah (Skala Pengetahuan 50%)	Tinggi (Skala Pengetahuan meningkat ke 90%)
Potensi Pendapatan	Musiman (Bergantung)	Penghasilan Tambahan (Produksi)

kunjungan wisata)	Rutin untuk wisuda & Perayaan Lokal).
-------------------	---------------------------------------

3.4 Pembahasan: Integrasi Kreativitas dan Teknologi dalam Ekonomi Desa

Pembahasan mengenai hasil pengabdian ini harus dilihat dari perspektif sinergi antara potensi lokal dan peluang digital. Desa Ara memiliki modal sosial yang kuat berupa etos kerja "Panrita Lopi", namun ketergantungan pada pembuatan perahu tradisional memiliki siklus ekonomi yang panjang dan tidak menentu bagi individu. Kehadiran keterampilan pembuatan buket snack dan bunga artificial memberikan alternatif ekonomi jangka pendek yang perputarannya sangat cepat. Hal ini sangat membantu ketahanan ekonomi keluarga, terutama bagi kaum perempuan yang sebelumnya tidak memiliki sumber penghasilan tetap [14].

Secara teoritis, pemberdayaan ini menguatkan konsep *Digital Entrepreneurship* di tingkat perdesaan. Transformasi digital bukan sekadar tren, melainkan strategi bertahan bagi UMKM dalam menghadapi krisis atau perubahan perilaku konsumen. Dengan produk buket yang *Instagrammable* [15]. Desa Ara secara tidak langsung mempromosikan dirinya sendiri sebagai destinasi wisata kreatif. Setiap unggahan foto buket dengan latar belakang Pantai Apparalang atau Mandala Ria oleh pelaku usaha akan memberikan dampak berantai pada citra pariwisata daerah.

Namun, tim pengabdian mencatat bahwa tantangan terbesar adalah keberlanjutan. Meskipun keterampilan telah dikuasai, keterbatasan modal untuk menyetok bahan baku berkualitas dan konsistensi dalam mengelola konten media sosial tetap menjadi hambatan potensial bagi masyarakat perdesaan. Oleh karena itu, strategi pendampingan berkelanjutan melalui pembentukan kelompok usaha bersama di tingkat desa menjadi solusi yang sangat direkomendasikan. Kolaborasi dengan pemerintah daerah melalui program "BERKAH BAZNAS" atau program pemberdayaan UMKM lainnya di Bulukumba dapat menjadi jembatan untuk mendapatkan akses permodalan dan pelatihan tingkat lanjutan.

Secara keseluruhan, integrasi antara kreativitas tangan dan literasi digital yang diterapkan di Desa Ara telah berhasil menciptakan pondasi awal bagi kemandirian ekonomi masyarakat. Keberhasilan ini membuktikan bahwa pendekatan partisipatif yang menggabungkan peningkatan *hardskill* dan *softskill* secara simultan adalah kunci utama dalam mentransformasi UMKM perdesaan agar mampu bersaing di era Society 5.0 yang berbasis pada keseimbangan antara teknologi dan nilai kemanusiaan.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini, dapat disimpulkan bahwa pelatihan ini berhasil membekali 24 peserta dengan keterampilan *hardskill* dan *softskill* yang terukur. Integrasi kreativitas dan teknologi terbukti meningkatkan daya saing UMKM lokal secara instan. Secara simultan, literasi digital peserta mengalami lonjakan signifikan, di mana mereka kini mampu mendokumentasikan produk secara profesional dan mengelola pemasaran melalui platform media sosial secara mandiri. Integrasi antara keterampilan tangan (kreativitas) dan penguasaan teknologi informasi (literasi digital) terbukti efektif dalam membuka peluang usaha baru yang fleksibel bagi ibu rumah tangga dan pemuda desa. Kegiatan ini telah mencapai tujuannya dalam membekali masyarakat dengan instrumen kemandirian ekonomi, yang pada gilirannya mendukung ketahanan ekonomi keluarga dan memperkuat daya saing Desa Ara sebagai desa wisata digital yang inovatif di Kabupaten Bulukumba.

Untuk menjaga keberlanjutan dan meningkatkan efektivitas hasil program, tim pengabdian menyampaikan beberapa saran strategis. Pertama, hendaknya pemerintah Desa Ara bersama tokoh masyarakat menginisiasi pembentukan Koperasi atau Kelompok Usaha Bersama (KUB) khusus kerajinan buket untuk mempermudah akses bahan baku secara grosir dan pengorganisasian pemasaran. Kedua, diperlukan pelatihan tingkat lanjutan yang memfokuskan pada variasi desain produk yang lebih kompleks (seperti buket uang dan bunga kering) serta penggunaan aplikasi editing video (seperti CapCut) untuk pembuatan konten promosi yang lebih dinamis. Ketiga, disarankan bagi perguruan tinggi untuk melakukan pendampingan berkala dalam bentuk monitoring manajemen keuangan digital guna memastikan keuntungan usaha dapat dikelola secara berkelanjutan. Terakhir, perlunya sinergi dengan Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Bulukumba agar para pelaku usaha baru di Desa Ara ini mendapatkan legalitas usaha yang memudahkan mereka dalam mengakses bantuan permodalan dan keikutsertaan dalam pameran ekonomi kreatif di tingkat regional maupun nasional.

Ucapan Terimakasih

Ucapan terima kasih disampaikan kepada kepala Desa Ara dan staf yang memfasilitasi tempat selama kegiatan berlangsung. Terima kasih juga kami sampaikan kepada Institut Teknologi dan Bisnis Bina Adinata atas dukungan dalam proses pelaksanaan kegiatan PKM ini. Mudah-mudahan kerjasama ini bisa terus dilanjutkan dan memberikan manfaat bagi pelaku UMKM, IRT dan Pemuda Karang Taruna di desa Ara.

Daftar Rujukan

- [1] S. A. Halik, "PELATIHAN MEMBUAT UNDANGAN DIGITAL DI ERA COVID-19 Sri Asfirawati Halik," vol. 4, pp. 537–542, 2022.
- [2] J. Profitability, F. Ekonomi, and D. Bisnis, "Strategi pengembangan objek wisata pantai aparalag sebagai daerah tujuan wisata kabupaten bulukumba," vol. 3, no. 1, pp. 141–157, 2019.
- [3] Y. Putra, "Optimalisasi AI Dalam Digital Marketing UMKM Pariwisata," vol. 5, no. 4, pp. 448–454, 2025, doi: 10.47065/jtear.v5i4.2086.
- [4] O. R. Putri *et al.*, "Transformasi strategi pemasaran umkm melalui literasi digital dan inovasi bisnis," vol. 1, pp. 49–55, 2024.
- [5] R. A. Putri *et al.*, "Upaya Pemberdayaan Ekonomi Kreatif Melalui Pelatihan Buket di Desa Montongsari Creative Economic Empowerment Efforts Through Bouquet Training in Montongsari Village Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang , Indonesia Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa menyatakan di kalangan masyarakat . Buket telah menjadi bisnis dan hadiah unik yang mulai viral di era," vol. 1, no. 3, 2024.
- [6] S. P. A. Rahayu, alfi Zaqiyaturrohmaniah, S. Amelia, R. D. Sari, and F. A. Lestari, "Pelatihan Keterampilan Pembuatan Kreasi Buketsebagai Upaya Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan Ibu-Ibu PKKDesa Kebojongan," *J. Bina Desa*, vol. 5, no. 3, pp. 428–434, 2023, [Online]. Available: <https://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/jurnalbinadesa>
- [7] M. Rahmah, D. Andriyani, S. Syafira, H. Juliansyah, and K. Anwar, "Penguatan Ekonomi Masyarakat Melalui Pelatihan Pembuatan Buket Bagi Ketua-Ketua PKK Kecamatan Simpang Keuramat Kabupaten Aceh Utara," vol. 2, no. 2, pp. 1–7, 2023, doi: 10.29103/jpek.v1i1.8264.
- [8] S. Ratnasari, L. Hakim, and F. A. Mappasere, "Government Strategy in Improving Micro , Small and Medium Enterprises Based on Digital Technology in Bulukumba Regency," vol. 5, no. 3, pp. 889–902, 2025.
- [9] S. Y. Regif, M. S. B. Seran, I. Y. Naif, and A. Pattipeilohy, "Literasi Digital Ekonomi Hijau Terhadap Pemberdayaan UMKM Desa di Kabupaten Langkat," vol. 9, no. April, pp. 49–69, 2023.
- [10] D. Resky, P. Kurnia, T. Wulandari, N. Isma, and P. Muh, "Ekonomi Kreatif Desa Bilalange ': Pelatihan Keterampilan Tangan Pembuatan Eksesoris," vol. 6, no. 1, pp. 12–18, 2025.
- [11] L. R. S, "LITERASI DIGITAL BAGI UMKM," vol. 1, no. 2, pp. 67–72, 2023.
- [12] A. Tenri, L. Putri, L. Haris, and I. Teknologi, "STRATEGI PEMASARAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH PADA ERA DIGITAL DI KOTA MAKASSAR," vol. 5, no. 1, pp. 98–108, 2025.
- [13] E. Toliang *et al.*, "Pelatihan Digital Marketing dalam Upaya Meningkatkan Pemasaran Produk Umkm Masyarakat Di Kabupaten Sanggau," vol. 4, no. 2, pp. 9954–9958, 2025.
- [14] D. Wisata, P. Branding, and D. A. N. Pemasaran, "E-ISSN : 3109-6735," vol. 1, no. 1, pp. 24–28, 2025.
- [15] Halik, "Pengaruh Lingkungan Keluarga, Pengetahuan Kewirausahaan, Dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa," *Edunomic J. Pendidik. Ekon.*, vol. 10, no. 1, p. 56, 2022, doi: 10.33603/ejpe.v10i1.6236.