

Pipe Cleaner Flowers Pot

Yeny Novita Fitriani^{1*}, Danendra Bramantyo², Mohammad Masrur Mauridhoh³,
Muhammad Yasin⁴

¹⁻⁴Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Indonesia
E-mail: novitafitriani167@gmail.com¹, danendrabramantyo154@gmail.com², mohmasrurm@gmail.com³,
yasin@untag-sby.ac.id⁴

Alamat: Jl. semolowaru No 45. Menur. Pumpungan, Kecamatan Sukolilo, Surabaya Jawa Timur
60118

*Korespondensi penulis: novitafitriani167@gmail.com

Abstract. *This study aims to determine the influence of digital marketing and brand awareness on consumer purchase intention toward the Subeng Klasik product. A quantitative approach was employed using a questionnaire distributed to respondents. The data were analyzed using multiple linear regression. The results indicate that both digital marketing and brand awareness have a positive and significant effect on purchase intention when tested partially. However, brand awareness exerts a greater influence than digital marketing. Simultaneously, both variables also significantly and positively affect purchase intention. These findings imply that strengthening brand awareness strategies should be a primary focus in developing local product marketing such as Subeng Klasik.*

Keywords: *Brand Awareness, Digital Marketing, Purchase Intention, Subeng Klasik.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh digital marketing dan brand awareness terhadap minat beli konsumen terhadap produk Subeng Klasik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada responden. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, baik digital marketing maupun brand awareness berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Namun, brand awareness memiliki pengaruh yang lebih besar dibandingkan digital marketing. Secara simultan, kedua variabel tersebut juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Temuan ini memberikan implikasi bahwa peningkatan strategi kesadaran merek perlu menjadi fokus utama dalam mengembangkan pemasaran produk lokal seperti Subeng Klasik.

Kata Kunci: Brand Awareness, Digital Marketing, Minat Beli, Subeng Klasik.

1. PENDAHULUAN

Di era modern, tren Do-It-Yourself (DIY) dan kerajinan tangan mengalami perkembangan pesat, khususnya dalam bidang dekorasi rumah dan pemberian hadiah yang bersifat personal. Masyarakat semakin mengapresiasi produk yang unik, kreatif, dan memiliki makna pribadi. Hal ini mendorong munculnya berbagai produk handmade yang tidak hanya berfungsi sebagai penghias ruangan, tetapi juga mencerminkan karakter dan selera pemiliknya.

Salah satu produk yang kini menarik perhatian adalah Pipe Cleaner Flowers Pot, yaitu dekorasi bunga dalam pot yang dibuat dari bahan pipe cleaner. Produk ini memiliki keunggulan karena mudah diproduksi, memiliki nilai estetika tinggi, serta ramah lingkungan. Dibandingkan dengan produk massal yang cenderung seragam, Pipe Cleaner Flowers Pot menawarkan keunikan dan sentuhan personal yang lebih kuat. Tren keberlanjutan atau sustainability juga

turut memengaruhi popularitas produk ini. Pipe cleaner merupakan bahan yang ringan, terjangkau, dan tidak berbahaya bagi lingkungan. Konsumen yang peduli terhadap isu lingkungan kini lebih selektif dalam memilih produk dekorasi, dan Pipe Cleaner Flowers Pot menjadi alternatif yang tepat karena tidak hanya indah dipandang, tetapi juga mendukung gaya hidup yang lebih bertanggung jawab terhadap alam.

Selain untuk dekorasi, produk ini juga menjadi pilihan menarik sebagai hadiah yang bermakna. Desain bunga, warna pot, serta bentuk dan ukuran dapat disesuaikan dengan keinginan pembeli, sehingga memberikan kesan yang lebih personal dan istimewa. Pipe Cleaner Flowers Pot cocok digunakan sebagai kado ulang tahun, hadiah hari spesial, maupun souvenir acara seperti pernikahan atau pesta. Perkembangan platform digital seperti e-commerce dan media sosial, khususnya Instagram dan tiktok, turut mendorong pertumbuhan pasar produk handmade. Para pengrajin dapat memamerkan hasil karya dan proses pembuatannya kepada khalayak luas, menarik konsumen yang menghargai nilai di balik setiap produk. Melihat peluang tersebut, kami memutuskan untuk mengembangkan usaha Pipe Cleaner Flowers Pot sebagai solusi dekorasi dan hadiah yang kreatif, personal, dan berkelanjutan, sesuai dengan kebutuhan dan gaya hidup konsumen masa kini.

Produk Pipe Cleaner Flowers Pot dibuat menggunakan bahan berkualitas tinggi, seperti pipe cleaner premium yang lembut, fleksibel, dan mudah dibentuk, serta dikombinasikan dengan kawat halus untuk meningkatkan ketahanan dan bentuk bunga. Dari segi desain, produk ini tersedia dalam berbagai bentuk bunga, seperti mawar, tulip, matahari, sakura, dan banyak lagi. Warna dan desainnya dapat disesuaikan dengan keinginan pelanggan, baik dalam bentuk buket, tanaman dalam pot, maupun hiasan gantung. Selain itu, ukuran bunga juga bervariasi, mulai dari ukuran mini sekitar 5-10 cm hingga ukuran besar yang mencapai 30 cm atau lebih, sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

Keunggulan utama produk ini adalah daya tahannya yang lama dan perawatannya yang sangat mudah. Tidak seperti bunga asli yang memerlukan penyiraman dan perawatan rutin, bunga pipe cleaner ini tetap indah tanpa perlu perlakuan khusus, cukup dibersihkan dengan kain kering atau blower kecil agar tetap terlihat segar. Setiap produk dikemas secara eksklusif dengan kotak elegan atau pembungkus ramah lingkungan, serta dapat ditambahkan kartu ucapan atau personalisasi sesuai permintaan pelanggan. Harga produk juga terjangkau dengan kisaran yang bervariasi tergantung pada ukuran dan tingkat kerumitan desainnya. Bahkan, tersedia paket custom yang memungkinkan pelanggan mendapatkan produk sesuai dengan anggaran dan kebutuhan mereka.

2. KAJIAN TEORI

Pengertian Pipe Cleaner Flowers Pot

Pipe Cleaner Flowers Pot merupakan karya seni tangan yang dibuat dari bahan utama pembersih pipa (pipe cleaner), kawat fleksibel berbulu yang dapat dibentuk sesuai keinginan. Kerajinan ini sering digunakan untuk tujuan dekoratif, edukatif, maupun sebagai sarana pengembangan kreativitas anak-anak dan orang dewasa. Pipe Cleaner awalnya digunakan sebagai alat pembersih pipa rokok pada awal abad ke-20. Namun, dengan berkembangnya kreativitas dan industri kerajinan tangan, bahan ini mulai digunakan untuk berbagai macam proyek seni, termasuk pembuatan bunga imitasi dan dekorasi pot bunga.

Teknik Pembuatan Pipe Cleaner Flowers Pot

- 1) Teknik Lilit (Twisting), yaitu teknik dengan cara melilitkan dua atau lebih pipe cleaner untuk menciptakan bentuk yang lebih kokoh. Teknik ini sering digunakan untuk membuat batang bunga agar lebih kuat dan stabil.
- 2) Teknik Pilin (Coiling), yaitu teknik dengan cara memutar atau menggulung pipe cleaner membentuk lingkaran. Teknik ini biasanya digunakan untuk membuat putik bunga atau bagian dasar pot agar terlihat lebih dekoratif.
- 3) Teknik Anyam (Weaving), yaitu teknik dengan cara menyilangkan dan menganyam beberapa pipe cleaner sehingga membentuk pola Tertentu. Teknik Ini Dapat Diterapkan Pada Pot Bunga Untuk memberikan tekstur unik atau pada daun agar terlihat lebih menarik.
- 4) Teknik Bengkok (Bending), yaitu teknik dengan cara menekuk pipe cleaner untuk membentuk berbagai bagian bunga, seperti kelopak, daun, atau hiasan lainnya.

Teori Kewirausahaan Yang Relevan

Henry Chesbrough menekankan bahwa inovasi dapat berkembang lebih cepat melalui kolaborasi dengan pihak luar. Dalam konteks Pipe Cleaner Flowers Pot, inovasi dapat dilakukan dengan bekerja sama dengan seniman atau komunitas kreatif untuk menciptakan desain unik yang lebih menarik. Selain itu, memanfaatkan media sosial untuk mengumpulkan masukan dari pelanggan dapat membantu dalam menciptakan produk yang sesuai dengan tren dan kebutuhan pasar.

3. METODE PENELITIAN

Target Pasar

- 1) Berdasarkan Minat dan kebutuhannya Pipe Cleaner Flowers Pot menasar dua segmen utama, yaitu :
 - a) konsumen yang membeli untuk keperluan dekorasi rumah. Produk ini ideal sebagai dekorasi karena menawarkan keunikan, estetika, dan ramah lingkungan, serta mudah disesuaikan dengan selera pribadi.
 - b) Sebagai hadiah, produk ini diminati karena bersifat personal dan bermakna, cocok untuk berbagai acara seperti ulang tahun, pernikahan, atau souvenir perusahaan, menjadikannya pilihan yang menarik dan berkesan.

- 2) Berdasarkan demografi

Segmentasi demografis adalah salah satu pendekatan yang paling sering digunakan dalam pemasaran untuk membagi pasar berdasarkan variabel seperti usia, jenis kelamin, pendapatan, pendidikan.

Segmentasi demografis menjadi strategi penting dalam pemasaran Pipe Cleaner Flowers Pot, dengan target utama yaitu perempuan dewasa, termasuk mahasiswa, pekerja muda, ibu rumah tangga, dan perempuan yang sudah berkeluarga. Mahasiswa dan pekerja muda cenderung mencari produk dekoratif yang unik, terjangkau, dan dapat dipersonalisasi sesuai dengan selera mereka. Sementara itu, perempuan yang telah memiliki penghasilan tetap lebih menyukai dekorasi rumah yang mencerminkan gaya hidup dan estetika pribadi. Bagi perempuan yang telah berkeluarga, kualitas, daya tahan, dan nilai keberlanjutan menjadi prioritas, apalagi mereka juga sering membeli hadiah untuk orang-orang terdekat. Dari sisi kelas sosial dan pendapatan, Pipe Cleaner Flowers Pot menasar kalangan menengah hingga atas yang memiliki daya beli cukup serta menghargai produk handmade yang berkualitas dan memiliki nilai personal, dengan harga yang tetap bersaing agar dapat menjangkau lebih banyak konsumen tanpa mengurangi margin keuntungan.

- 3) Platform Penjualan :

A. Menggunakan media social (Instagram, Facebook, Tiktok) Promosi Pipe Cleaner Flowers Pot akan difokuskan melalui media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Facebook karena kekuatan visual produk ini.

- Di Instagram, promosi dilakukan melalui foto dan video menarik, termasuk proses pembuatan dan personalisasi, serta penggunaan hashtag dan kolaborasi dengan influencer untuk memperluas jangkauan.

- TikTok dimanfaatkan untuk menampilkan video singkat yang menonjolkan kreativitas dan daya tarik visual produk, terutama bagi konsumen muda.
 - Facebook digunakan untuk membangun komunitas pecinta kerajinan tangan dan produk ramah lingkungan, serta menjangkau audiens yang lebih
- B. Selain media sosial, promosi Pipe Cleaner Flowers Pot juga dilakukan melalui e-commerce dan pemasaran offline. Platform e-commerce seperti Tokopedia, Shopee, Bukalapak, dan Lazada dimanfaatkan untuk menjangkau pasar yang lebih luas, didukung oleh iklan berbayar yang menargetkan konsumen sesuai demografi dan minat, serta penawaran diskon dan bundling untuk mendorong pembelian. Di sisi lain, promosi offline melalui acara pop-up store dan pasar kerajinan tangan memungkinkan interaksi langsung dengan konsumen, memperkenalkan produk secara personal, dan membangun koneksi emosional melalui demonstrasi proses pembuatan serta kualitas produk secara nyata dedaunan kecil atau ornamen lainnya.

Metode Promosi

1) Promosi Digital (Online Marketing)

Strategi pemasaran online Pipe Cleaner Flowers Pot berfokus pada dua saluran utama:

- a) Media Sosial, melalui media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Facebook, produk dipromosikan secara visual untuk membangun kesadaran merek dan keterhubungan emosional dengan konsumen. Instagram digunakan untuk menampilkan estetika produk dan proses pembuatannya, TikTok untuk video kreatif seperti tutorial dan inspirasi dekorasi, serta Facebook untuk menjangkau komunitas dan audiens yang lebih luas melalui grup dan halaman khusus.
- b) e-commerce, dimanfaatkan untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan melalui platform seperti Tokopedia, Shopee, Bukalapak, dan Lazada. Strateginya mencakup iklan berbayar yang ditargetkan, diskon pembelian pertama, penawaran bundling, serta partisipasi dalam promo seperti flash sale guna menarik minat dan meningkatkan konversi pembelian secara praktis dan

2) Promosi Offline

Menawarkan produk secara langsung kepada calon pelanggan melalui berbagai cara.

a) Pameran dan Bazaar

Mengikuti event kampus, bazar UMKM, atau pameran seni dan kerajinan tangan untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Menjalinkan kerja sama dengan toko

yang menjual barang handmade atau produk lokal agar produk lebih mudah ditemukan pelanggan.

- b) Word of Mouth (Promosi dari Mulut ke Mulut) Mengajak teman, keluarga, dan pelanggan yang puas untuk mempromosikan produk kepada orang lain melalui rekomendasi langsung. Memberikan diskon untuk pembelian pertama serta mengadakan giveaway di media sosial untuk meningkatkan interaksi, menarik pelanggan baru, dan menambah pengikut

Strategi Pemasaran

- 1) Membuat sistem pre-order dan custom, dengan harapan customer bisa custom sesuai dengan permintaan customer
- 2) Memberikan penawaran berupa beli 2 produk gratis 1 (berupa dekoran kecil)
- 3) Memanfaatkan testimoni pelanggan dengan cara meminta ulasan dari pelanggan dan membagikan ke media sosial
- 4) Melakukan kolaborasi dengan influencer terkenal dengan cara mengeluarkan produk edisi terbatas

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Usaha Bisnis Pipe Cleaner Flowers Pot Dalam 3 Tahun Ke Depan

- 1) Pada tahun pertama, fokus utama adalah membangun brand awareness dan memperkuat identitas produk. Pipe Cleaner Flowers Pot akan memperbaiki packaging dan menyampaikan cerita brand yang menarik, seperti keunikan handmade dan ramah lingkungan. Penjualan akan difokuskan pada pasar lokal melalui dekor kreasi rumah, bazar kerajinan tangan, dan event kreatif. Kehadiran di media sosial seperti Instagram dan TikTok akan ditingkatkan dengan konten menarik seperti tutorial dan testimoni. Kolaborasi dengan influencer dan toko dekorasi lokal akan membantu memperluas jangkauan pasar. Selain itu, produk varian baru dengan tema musiman seperti Natal atau Lebaran akan diluncurkan untuk menarik minat konsumen
- 2) Di tahun kedua, strategi akan bergeser ke ekspansi pasar nasional dan peningkatan penjualan online. Pipe Cleaner Flowers Pot akan mulai dijual di platform marketplace besar seperti Shopee dan Tokopedia untuk menjangkau lebih banyak pelanggan. Kolaborasi dengan event planner, wedding organizer, dan brand lifestyle akan dilakukan untuk memperluas penggunaan produk sebagai dekorasi atau hadiah. Workshop kreatif akan diadakan di sekolah atau komunitas untuk edukasi dan promosi.

Iklan digital akan dioptimalkan untuk menjangkau pasar nasional, sementara produk premium dan paket bundling akan dikembangkan untuk menarik segmen pasar yang lebih beragam

- 3) Pada tahun ketiga, Pipe Cleaner Flowers Pot akan mulai mengekspansi ke pasar internasional, khususnya di wilayah ASEAN, melalui platform e-commerce global seperti Kolaborasi dengan brand atau influencer internasional akan membantu memperkenalkan produk ke audiens global. Inovasi produk akan dilakukan, seperti menambahkan elemen teknologi (misalnya LED) atau menggunakan bahan yang lebih ramah lingkungan. Komunitas loyal pelanggan akan dibangun melalui program membership atau loyalty program untuk mempertahankan pelanggan setia. Evaluasi strategi dan ekspansi ke pasar baru akan dilakukan berdasarkan feedback pelanggan dan tren terkini, memastikan Pipe Cleaner Flowers Pot tetap relevan dan kompetitif di pasar global.

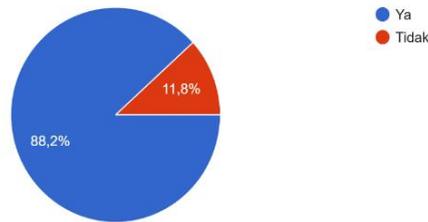
Analisis Pasar Berdasarkan Kuesioner



Gambar 1. Analisis Pasar

Berdasarkan data yang ditampilkan dalam diagram lingkaran, sebanyak **83,3% responden** telah melihat atau mengenal kerajinan tersebut, sedangkan **16,7% responden** belum pernah mengetahuinya. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden sudah familiar dengan kerajinan tersebut, namun masih ada sebagian kecil yang belum mengenalnya. Oleh karena itu, diperlukan upaya lebih lanjut dalam memperkenalkan dan mempromosikan kerajinan ini agar dapat menjangkau lebih banyak orang.

Jika produk ini dibuat dalam desain yang lebih eksklusif dan premium, apakah Anda bersedia membayar lebih mahal?
17 jawaban



Gambar 2. Analisis Pasar

Berdasarkan data yang ditampilkan dalam diagram lingkaran, sebanyak **88,2% responden** menyatakan bersedia membayar lebih mahal jika produk ini dibuat dalam desain yang lebih eksklusif dan premium. Sementara itu, **11,8% responden** tidak bersedia membayar lebih mahal. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki minat terhadap produk dengan kualitas dan desain yang lebih eksklusif, serta bersedia mengeluarkan biaya lebih untuk mendapatkan nilai tambah tersebut. Oleh karena itu, strategi peningkatan kualitas dan diferensiasi produk dapat menjadi peluang bagi pengusaha untuk meningkatkan daya saing dan keuntungan.

Pembahasan

Tantangan Dalam Menjalankan Usaha Kerajinan Pipe Cleaner Flowers Pot

Dalam menjalankan bisnis kerajinan bunga menggunakan pembersih pipa, para pengrajin sering memecahkan beragam tantangan yang memerlukan fokus khusus. Salah satu kendala utama adalah ketersediaan bahan baku, di mana mendapatkan pembersih pipa dengan warna, kualitas, dan jumlah yang tepat kadang-kadang menjadi sulit dan bisa menghambat pematangan produksi. Selain itu, kemampuan dalam menciptakan kerajinan ini juga sangat krusial. Para pengrajin harus menguasai teknik tertentu agar dapat menghasilkan barang yang menarik, berkualitas tinggi, dan memiliki nilai jual yang baik. Persainan di pasar yang semakin intens juga menjadi tantangan, karena banyak pengrajin lain yang menawarkan produk serupa.

Oleh karena itu, para pengrajin perlu menghadirkan desain yang unik dan inovatif agar dapat bersaing dan menarik minat konsumen. Selain itu, pemasarannya pun menjadi tantangan tersendiri. Para pengrajin perlu merancang strategi promosi yang efektif, seperti memanfaatkan platform media sosial atau ikut serta dalam pameran kerajinan, agar produk mereka dapat dikenal lebih luas oleh masyarakat. Tantangan lain adalah pengelolaan waktu dan sumber daya, terutama bagi pengrajin yang memiliki kegiatan lain di luar usaha ini. Mereka perlu

mengatur waktu dengan bijak agar proses produksi tetap berjalan dengan baik tanpa mengganggu aktivitas lain. Walaupun semua tantangan tersebut cukup berat, dengan kreatifitas, ketahanan, dan strategi yang tepat, bisnis kerajinan bunga dari pipe cleaner memiliki potensi besar untuk tumbuh dan meraih kesuksesan di pasar .

Keunggulan Produk Pipe Cleaner Flowers Pot

Produk kerajinan clay memiliki beberapa keunggulan yang membuatnya diminati oleh banyak orang. Pertama, clay sangat fleksibel dan mudah dibentuk, memungkinkan pembuatnya untuk menciptakan berbagai macam desain, mulai dari bentuk sederhana hingga detail yang rumit. Kedua, clay tersedia dalam berbagai warna dan bisa dicampur untuk menghasilkan gradasi atau warna baru, memberikan kebebasan berekspresi bagi penggunanya. Ketiga, produk clay memiliki daya tahan yang baik jika diolah dengan benar, sehingga cocok untuk dijadikan hiasan, aksesoris, atau hadiah yang tahan lama. Selain itu, kerajinan clay juga ramah lingkungan, terutama jika menggunakan bahan clay yang biodegradable atau mudah didaur ulang. Keunggulan-keunggulan ini membuat produk clay menjadi pilihan menarik bagi pecinta kerajinan tangan dan dekorasi.

Laporan Keuangan

Tabel 1. Modal

No	Nama barang	Kuantitas	Satuan	Harga Satuan	Harga Total
1	Kawat bulu	4	Pack	12.000	48.000
2	Paper cup	10	Pcs	2.000	20.000
3	Hiasan tambahan	2	Set	35.000	70.000
4	Lem tembak	2	Pcs	15.000	30.000
5	Styrofoam	4	Pcs	5.000	20.000
6	Gunting	3	Set	5.000	15.000
7	Pinset	3	Set	6.000	18.000
8	Tang Kecil	3	set	15.000	45.000
Total					266.000.

Tabel 2. HPP (Harga Pokok Penjualan)

Bahan Pokok					
No	Nama Barang	Kuantitas	Satuan	Harga Satuan	Harga Total
1	Kawat bulu	4	Pack	12.000	48.000
Bahan Penunjang					
1	Paper Cup	10	Pcs	2.000	20.000
2	Hiasan Tambahan	2	Set	35.000	70.000
3	Lem Tembak	2	Pcs	15.000	30.000
4	Styrofoam	4	Pcs	5.000	20.000
5	Gunting	3	Pcs	5.000	15.000
6	Pinset	3	Pcs	6.000	18.000
7	Tang Kecil	3	Pcs	15.000	45.000
Biaya Operasional					
1	Biaya Ongkir			12.000	12.000
Total					278.000.
HPP Satuan					23.846

Tabel 3. Laporan Laba Rugi

Laporan Laba Rugi		
Pendapatan Usaha		
Penjualan Pipe Cleaner Flowers		400.000
Beban Usaha		
Kawat Bulu		80.000
Paper Cup		20.000
Hiasan Tambahan		70.000
Lem Tembak		30.000
Styrofoam		20.000
Gunting		15.000
Pinset		18.000
Tang kecil		45.000
Biaya Ongkir		12.000
Jumlah Beban		278.000
Laba Bersih		122.000

BEP

$$\text{BEP per unit} = \frac{\text{Total Biaya}}{\text{Harga Jual Per Unit}} = \frac{278.000}{25.000} = 11,12 = 11$$

Jadi untuk mencapai titik impas (BEP), harus menjual minimal 14 unit.

$$\text{BEP Rupiah} = \frac{278.000}{1 \frac{23.845}{25.000}} = \frac{278.000}{0,04616} = 6.022.530$$

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Usaha kerajinan "Pipe Cleaner Flowers Pot" memiliki prospek yang menjanjikan untuk meraih kesuksesan di pasar melalui inovasi kreatif dan penerapan strategi pemasaran yang efektif. Produk bunga hias dari bahan yang sederhana memiliki keunggulan, seperti ketahanan yang awet, perawatan yang sederhana, serta fleksibilitas desain sesuai preferensi konsumen.

Dari sisi pemasaran, usaha ini mengoptimalkan kombinasi promosi melalui platform digital dan metode konvensional, didukung insentif seperti diskon dan hadiah untuk meningkatkan minat pembeli. Meski dihadapkan pada tantangan seperti fluktuasi pasokan bahan baku, dinamika persaingan bisnis, dan manajemen waktu produksi, usaha ini memberikan kontribusi positif bagi masyarakat dengan merangsang kreativitas seni. Di sisi lain, perlu adanya perhatian khusus terhadap potensi dampak lingkungan akibat penggunaan bahan sintetis. Analisis keuangan menunjukkan total biaya produksi mencapai Rp310.000 dengan laba bersih Rp110.000, menggarisbawahi perlunya pengelolaan strategi bisnis yang matang untuk memaksimalkan pertumbuhan dan keberlanjutan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Farida, N., & Yuliani, S. (2023). Inovasi produk kerajinan kreatif berbasis lokal dalam meningkatkan perekonomian rumah tangga. *Jurnal Pemberdayaan Komunitas*, 5(1), 25–34.
- Febriana, H., & Jannah, M. (2023). Pemanfaatan limbah kain perca dalam program pelatihan keterampilan untuk ibu-ibu PKK. *Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Warga*, 2(2), 78–85.
- Hakim, A. R., Anisa, F., Quamila, M., & Himma, F. (2024). Peningkatan kualitas SDM melalui pelatihan pembuatan buket bunga dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat. *Jurnal Inovasi Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 39–45.
- Hartati, N., & Munir, A. (2022). Strategi pemberdayaan UMKM melalui pelatihan kerajinan buket bunga artificial. *Jurnal Abdimas Kreatif*, 3(3), 102–110.
- Hasanah, F., Merdika, A. B., Maulida, S. P., Mariska, R., & Rohali, K. N. (2024). Tingkatkan kesejahteraan UMKM: Bersama program kerja KKN 209 UIN Bandung mengenai ekonomi kreatif melalui inovasi usaha kawat bulu. *Proceedings UIN Sunan Gunung Djati Bandung*, 5(3), 1–9.
- Herlina, D., & Ardiansyah, B. (2023). Kreativitas dan keterampilan ibu rumah tangga dalam program pelatihan buket untuk pemasukan tambahan keluarga. *Jurnal Pemberdayaan Ekonomi Keluarga*, 1(1), 15–23.
- Imsiyah, N., Purnamawati, F., Sintiawati, N., & Himmah, I. F. (2024). Pelatihan pipe cleaner creation sebagai upaya peningkatan keterampilan ibu-ibu Dharma Wanita MAN 3 Jember. *Abdimas Siliwangi*, 7(2), 427–438.
- Nuraini, S., & Kurniawan, R. (2023). Pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui pelatihan kerajinan tangan dari bahan daur ulang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani*, 3(2), 112–120.
- Nurfadillah, S., & Riza, M. A. (2023). Implementasi pelatihan ekonomi kreatif dalam pengembangan potensi lokal masyarakat desa. *Jurnal Inovasi Sosial dan Ekonomi*, 4(1), 40–48.

- Pratiwi, A., & Andika, Y. (2023). Upaya peningkatan ekonomi kreatif melalui pelatihan kerajinan tangan berbahan kain flanel. *Jurnal Abdimas Nusantara*, 6(3), 134–141.
- Rahayu, E., & Wulandari, M. (2023). Pelatihan kewirausahaan bagi perempuan melalui produksi buket bunga kertas. *Jurnal Pemberdayaan Perempuan dan Anak*, 4(2), 55–62.
- Robbaney, M. I. (2024). Workshop dan pelatihan kerajinan buket guna membangun wirausahawan ibu-ibu PKK Desa Srandol Kulon. *Transformasi Masyarakat: Jurnal Inovasi Sosial dan Pengabdian*, 1(4), 74–81.
- Saputri, D. M., & Lestari, W. (2024). Pelatihan keterampilan pembuatan buket sabun untuk ibu rumah tangga sebagai bentuk ekonomi kreatif. *Jurnal Abdi Masyarakat Berkarya*, 2(1), 18–26.
- Wahyuni, F., & Suryanto, A. (2022). Pengembangan kewirausahaan berbasis keterampilan kerajinan dalam rangka kemandirian ekonomi masyarakat. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Unggul*, 5(2), 65–73.
- Zulfikar, M., & Nurmala, S. (2022). Workshop pembuatan souvenir berbasis kerajinan tangan untuk meningkatkan daya saing UMKM lokal. *Jurnal Inovasi dan Pengabdian*, 3(2), 90–99.