

Kreasi Mekar Digital : Pemberdayaan Wanita Bethel Indonesia (WBI) Wilayah Manado Melalui Seni Merangkai dan Branding Digital

*Kreasi Mekar Digital : Empowering the Women of Bethel Indonesia (WBI)
Manado Region Through Floral Art and Digital Branding*

Jullia Titaley^{1*}, Maria D. Bobanto² Marline S. Paendong¹, Allgreat M.C. Salamena³

¹Jurusan Matematika, Fakultas Matematika Dan Ilmu Pengetahuan Alam
Universitas Sam Ratulangi

²Jurusan Fisika, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam
Univeristas Sam Ratulangi

³Jurusan Teknik Elektro, Politeknik Negeri Ambon

*Penulis Korespondensi : Jullia Titaley Jurusan Matematika FMIPA Universitas Sam Ratulangi Manado 95115.
Email: july_titaley@unsrat.ac.id

ABSTRAK

Program Pengabdian Kreasi Mekar Digital ini dilaksanakan dengan tujuan meningkatkan ketrampilan dan kapasitas ekonomi perempuan melalui pelatihan seni merangkai bunga serta penguatan kemampuan pemasaran digital. Sasaran program adalah anggota Wanita Bethel Indonesia (WBI) wilayah Manado yang memiliki minat dalam pengembangan kreativitas dan usaha kecil berbasis produk kerajinan. Kegiatan dilaksanakan melalui dua tahapan utama yaitu sosialisasi materi strategi branding dan pemasaran digital serta pelatihan teknis merangkai bunga. Program ini memberikan dampak positif dalam meningkatkan kepercayaan diri, literasi digital dan kemampuan wirausaha perempuan WBI. Dengan potensi pengembangan di masa depan, Kreasi mekar Digital diharapkan dapat menjadi model pemberdayaan komunitas yang berkelanjutan dan memberikan kontribusi nyata bagi peningkatan ekonomi kreatif berbasis komunitas.

Kata kunci: Pemberdayaan Perempuan; Pemasaran Digital; Merangkai Bunga

ABSTRACT

The “Kreasi Mekar Digital” Community Service Program was implemented to enhance woman’s skills and economic capacity through training in floral arrangement and the strengthening of digital marketing competencies. The program targeted members of the Women of Bethel Indonesia (WBI) in Manado region who have an interest in developing creativity and small craft-based businesses. The activities were carried out in two main stages : a socialization session on branding and digital marketing strategies and a technical workshop on floral arrangement. This program has had a positive impact on improving participants confidence, digital literacy and entrepreneurial skills. With strong potential for future development, Kreasi Mekar Digital is expected to serve as sustainable community empowerment model that contributes meaningfully to the growth of community-based creative economies.

Keywords : Woman Empowerment; Digital Marketing; Floral Arrangement

PENDAHULUAN

Analisis Situasi

Wanita Bethel Indonesia (WBI) adalah bagian dari Gereja Bethel Indonesia (GBI) yang berfokus pada pemberdayaan wanita dalam keluarga, gereja dan masyarakat(Artika, 2024). Komunitas ini memiliki potensi untuk mengembangkan usaha berbasis kreativitas, namun masih menghadapi berbagai kendala, terutama dalam hal keahlian teknis

dan pemasaran digital. Di era digital saat ini, kemampuan merangkai buket bunga yang dikombinasikan dengan strategi promosi online dapat menjadi peluang bisnis yang menjanjikan (Kemendikti, 2009). Minimnya akses ke pelatihan langsung membuat mereka kesulitan bersaing dengan produk laris modern. Dampaknya adalah produk yang dihasilkan kurang menarik secara estetika dan sulit memasarkan hasil karya karena kurangnya kepercayaan diri dalam ketrampilan yang dimiliki

(Artika, 2024). Permasalahan yang di temukan saat berdiskusi adalah banyak ibu-ibu yang tertarik dengan kerajinan tangan tetapi belum memiliki ketrampilan merangkai buket dengan teknik profesional. Sebagian besar ibu-ibu menggunakan media social hanya untuk konsumsi informasi bukan untuk berjualan. Kurangnya pemahaman tentang strategi pemasaran digital, seperti cara membuat konten menarik, fotografi produk atau cara meningkatkan engagement di Instagram dan Whatsapp Business. Selain itu ibu-ibu sering kali menjual produk mereka dengan harga yang tidak sesuai dengan kualitas dan bahan yang digunakan, tidak ada brand identity yang jelas sehingga sulit membangun loyalitas pelanggan (Sharma, 2021). Minimnya akses ke pelatihan langsung membuat mereka kesulitan bersaing dengan produk florist modern.

Permasalahan Mitra

Pada perkembangannya fungsi platform berbasis teknologi ini diharapkan tidak hanya berfungsi sebagai sumber informasi yang bersifat pasif, namun diharapkan bias bersifat dinamis, sehingga fungsi dan peran platform berbasis teknologi menjadi dua arah dan timbul efek timbal balik. Dewasa ini hamper semua Kementerian maupun pemerintah daerah telah mempunyai platform berbasis teknologi. Namun dari segi kemanfaatan maupun fungsi, platform ini belum dapat di telaah lebih lanjut apakah platform berbasis teknologi tersebut mempunyai data informasi yang terupdate, bersifat statis ataupun dinamis. Oleh karena itu muncul pertanyaan apakah banyak masyarakat yang benar-benar memanfaatkan dan menggunakan situs web pemda-pemda tersebut untuk mencari dan memperoleh informasi yang dibutuhkan? Saat ini telah banyak instansi pemerintah pusat dan pemerintah daerah otonom yang berinisiatif mengembangkan pelayanan public melalui jaringan komunikasi dan informasi dalam bentuk situs web. Namun, ketersediaan akses tersebut bila dibenturkan dengan karakteristik pemakai (user) atau irregular user internet maka akan terjadi bias. Pada sisi irregular user untuk bias mengakses informasi dari web sites memerlukan keaktifan, motif pendorong serta kebutuhan informasi.

Dampak dari keterbatasan ketrampilan merangkai karena minimnya akses ke pelatihan langsung adalah produk yang dihasilkan kurang menarik secara estetika dan sulit untuk memasarkan hasil karya karena kurangnya kepercayaan diri dalam ketrampilan yang dimiliki. Sedangkan dampak dari permasalahan minimnya pemanfaatan media social untuk pemasaran adalah potensi pasar online tidak dimanfaatkan secara optimal dan produk yang dibuat hanya dijual secara local tanpa jangkauan pasar yang lebih luas (Kotler, 2021).

Solusi Yang Ditawarkan

Sebagaimana permasalahan yang dihadapi oleh mitra maka diperlukan pemberdayaan bagi ibu-ibu dalam komunitas WBI (Wanita Bethel Indonesia), dengan kegiatannya meliputi tahap-tahap (Owding, 2020) yaitu :

- Workshop tentang teknik merangkai buket
- Workshop tentang branding dan pemasaran digital
- Workshop tentang praktik dan simulasi bisnis

Target yang diharapkan

Berdasarkan permasalahan komunitas tersebut dan setelah workshop dilakukan maka target yang diharapkan dari kegiatan ini adalah :

- Peserta program. Ibu-ibu komunitas khususnya yang ingin belajar merangkai dan memanfaatkan media social untuk bisnis
- Pemberdayaan ekonomi. Membantu ibu-ibu mendapatkan penghasilan sendiri
- Pemberdayaan ekonomi. Membantu ibu-ibu mendapatkan tambahan penghasilan dari usaha buket bunga dan mendorong mereka untuk membangun usaha kecil berbasis media social
- Peningkatan Literasi Digital. Membekali ibu-ibu dengan kemampuan menggunakan Instagram, Tiktok, WA Business untuk promosi produk dan mengajarkan cara membuat desain promosi digital dengan canva atau aplikasi lainnya.
- Pemberdayaan social dan keagamaan. Menciptakan komunitas ibu-ibu kreatif yang saling mendukung dalam pengembangan bisnis dan mengajarkan etika bisnis yang jujur dan berkah sesuai dengan nilai-nilai keagamaan.

Tujuan dan Manfaat Kegiatan

Sesuai dengan rencana kegiatan, maka luaran yang dihasilkan atau ditargetkan dalam kegiatan pengabdian pada masyarakat ini adalah :

1. Pelatihan tentang merangkai bunga
2. Pelatihan pemasaran branding digital

METODE PELAKSANAAN

Sasaran kegiatan

Berdasarkan permasalahan kelompok organisasi tersebut diatas, maka diperlukan pelatihan tentang pemasaran branding digital dan merangkai bunga. Hal ini dilakukan agar penerapan ipteks lebih efisien dan efektif.

Lokasi kegiatan

Jarak dari Kampus-Lokasi Penelitian = **5 km**

Metode Pelaksanaan

Pelaksanaan Pengabdian ini menggunakan metode yang dirujuk dari Pandiangan & Nainggolan, 2020 yaitu metoda kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data yang melipu dilakukan secara bertahap mulai perencanaan, sosialisasi, pelatihan dan monitoring (Pinontoan *et al.*, 2025). dan Pandiangan *et al.*, 2022) yang dimodifikasi antara lain:

1. Perencanaan awal. Hal pertama yang dilakukan adalah melakukan survei dan wawancara dengan ibu-ibu di komunitas untuk mengetahui pemahaman mereka tentang seni merangkai buket dan pemasaran digital. Kemudian indentifikasi kendala utama seperti keterbatasan akses ke pasar online atau ketrampilan digital. Setelah itu menentukan tujuan program yaitu mengajarkan teknik dasar hingga lanjutan dalam merangkai buket bunga, memberikan pemahaman tentang pemasaran digital khususnya media social (Instagram, TikTok, WA Business) dan membantu ibu-ibu mengembangkan usaha kreatif berbasis online. Hal terakhir yang dilakukan dalam perencanaan awal adalah persiapan sumber daya yaitu menentukan mentor untuk pelatihan

merangkai buket dan pemasaran digital, menyiapkan bahan dan alat untuk merangkai bunga (bunga, kertas wrapping, pita dll).

2. Pelaksanaan pelatihan. Pelatihan I. Teknik merangkai buket bunga dengan materi pengenalan berbagai jenis bunga dan cara merawatnya, teknik dasar merangkai buket dan praktek langsung yaitu setiap peserta membuat buket sesuai arahan mentor. Pelatihan II Branding dan pemasaran digital dengan materi cara membuat brand unik untuk usaha buket bunga. Strategi pemasaran di media social (Instagram, Tiktok, WA Business). Penggunaan canva untuk membuat desain promosi menarik. Teknik mengambil foto produk menarik dan professional. Pelatihan III yaitu Praktik dan simulasi bisnis dengan materi simulasi penjualan dan cara berinteraksi dengan pelanggan secara online. Cara menentukan harga dan strategi promosi. Pembuatan akun bisnis Instagram dan WA Business (Pinontoan *et al.*, 2025).
3. Monitoring dan Evaluasi. Hal-hal yang dilakukan untuk mengukur keberhasilan program ini adalah : Melakukan survey sebelum dan sesudah program untuk melihat peningkatan ketrampilan peserta. Melihat jumlah peserta yang berhasil menjual produk mereka secara online. Memantau engagement akun media social mereka setelah pelatihan(Nainggolan *et al.*, 2025).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Sosialisasi

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan pada tanggal 15 September 2025 oleh tim Pengabdian dari Universitas Sam Ratulangi Manado (Gambar 1) secara tatap muka dengan metode penyampaian materi, demonstrasi langsung, praktik mandiri, diskusi serta sesi tanya jawab. Peserta yang hadir merupakan anggota WBI dengan latar belakang ketrampilan yang beragam, sehingga pendekatan pembelajaran dilakukan secara bertahap untuk memastikan pemahaman yang merata.



Gambar 1. Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan sosialisasi difokuskan pada pengenalan konsep dasar branding dan pemanfaatan media social sebagai alat promosi usaha. Materi yang diberikan mencakup :

1. Pengenalan branding dan identitas usaha. Peserta diperkenalkan dengan konsep identitas merk termasuk penggunaan logo, palet warna, gaya visual dan konsistensi konten yang diperlukan untuk membangun citra usaha yang professional
2. Pemanfaatan Platform media social. Peserta diberikan penjelasan mengenai penggunaan Instagram business, facebook page dan WA Business. Setiap platform dibahas fungsi dan kelebihannya dalam mendukung promosi usaha berbasis produk kreatif
3. Teknik dasar konten. Peserta dilatih membuat konten sederhana, termasuk teknik pengambilan foto produk yang layak upload, pencahayaan natural, komposisi visual, enulisan caption yang ersuasif serta pemanfaatan fitur reels dan story
4. Manajemen Interaksi dan pelanggan. Peserta belajar bagaimana menjawab pelanggan secara profesional, membuat katalog digital serta mengatur harga berdasarkan bahan, waktu kerja dan biaya operasional.

Hasil pengamatan menunjukkan bahwa sebagian besar peserta belum pernah memanfaatkan media social secara optimal untuk memasarkan produk. Namun, setelah sosialisasi peserta mulai memahami pentingnya pemasaran digital dan menunjukkan minat untuk membuka akun bisnis serta mencoba membuat konten promosi.

Pelatihan Seni Merangkai Bunga

Pelatihan seni merangkai bunga dilakukan secara langsung dan dipandu oleh pelaksana pengabdian yang mempunyai usaha buket. Materi pelatihan mencakup yaitu :

1. Pengenalan bahan dan perlengkapan. Peserta diperkenalkan berbagai jenis bunga segar dan bunga kering, busa rangkai (oasis), gunting bunga, pita dekorasi serta ornament tambahan yang dapat digunakan untuk meningkatkan estetika rangkaian
2. Teori warna dan komposisi. Peserta belajar tentang harmoni warna, keseimbangan bentuk dan komposisi visual agar hasil rangkaian tampak professional
3. Teknik merangkai dasar hingga menengah.
4. Praktik mandiri dan koreksi karya. Peserta diberi kesempatan membuat rangkaian bunga secara mandiri. Instruktur memberikan bimbingan dan koreksi sehingga peserta dapat memperbaiki teknik dan meningkatkan kreativitas.

Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan kemampuan peserta secara signifikan. Banyak peserta mampu menghasilkan rangkaian bunga yang rapi, harmonis dan layak dijadikan produk bernilai jual. Beberapa peserta bahkan menunjukkan kreativitas tinggi dengan memodifikasi desain dasar menjadi rangkaian unik (Pandiangan *et al.*, 2025).

Pembahasan Hasil Pelaksanaan

Salah satu capaian utama program adalah keberhasilan mengintegrasikan keterampilan merangkai bunga dengan kemampuan pemasaran digital. Hal ini sangat penting karena keterampilan kreatif saja tidak cukup untuk menghasilkan manfaat ekonomi tanpa didukung strategi pemasaran yang tepat. Setelah mengikuti pelatihan, peserta memahami bahwa:

1. Produk kreatif perlu dipresentasikan melalui foto dan konten menarik
2. Media social adalah sarana promosi yang murah, mudah dan menjangkau lebih banyak calon pelanggan
3. Kombinasi kreativitas dan branding digital dapat meningkatkan nilai jual produk

4. Penataan visual dan identitas merk berpengaruh pada kepercayaan pembeli

Respon peserta selama kegiatan sangat positif. Para peserta menunjukkan antusiasme dalam bertanya, mencoba fitur-fitur digital dan mempraktekkan teknik merangkai bunga. Beberapa perubahan nyata yang terlihat adalah : meningkatnya kepercayaan diri peserta dalam membuat dan memasarkan produk, munculnya inisiatif membentuk kelompok usaha kecil, meningkatnya daya kreativitas dalam menghasilkan berbagai bentuk rangkaian bunga (Nainggolan *et al.*, 2025).

Analisis Deskriptif Pra-Pelatihan

1. Jumlah peserta sebanyak 30 orang yang semuanya Adalah anggota WBI Wilayah Manado

2. Distribusi Usia

20-30 tahun : 6 orang (20%)

31-40 tahun : 12 orang (40%)

41-50 tahun : 9 orang (30%)

50 tahun - : 3 orang (10%)

Mayoritas peserta berada pada usia produktif dan potensial untuk usaha rumahan.

3. Latar belakang pekerjaan

Ibu rumah tangga : 60%

Wirausaha kecil : 20%

Pekerja informal : 13%

Lainnya : 7%

Program ini sangat relevan karena Sebagian besar peserta belum memiliki usaha berbasis digital

Tabel 1. Tingkat Pengetahuan Awal (Pra-Pelatihan)

Aspek	Rendah	Sedang	Tinggi
Seni merangkai buket	65%	30%	5%
Branding Digital	75 %	20%	5%
Media Sosial untuk Bisnis	70%	25%	5%

Tabel 1 menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan sebelum pelatihan, mayoritas peserta belum memiliki ketrampilan teknis dan digital.

Analisis Deskriptif Pasca Pelatihan

- a. Peningkatan Ketrampilan Merangkai. Peserta mampu membuat buket sederhana-menengah sebanyak 90% dan mampu menentukan kombinasi warna dan tema sebesar 85%

- b. Peningkatan Literasi Digital. Peserta memahami konsep branding digital sebanyak 88%, mampu membuat konten promosi sederhana (foto/video) sebanyak 80% dan mampu menggunakan Instagram, Whatsapp business sebanyak 83% Dari analisis ini dapat disimpulkan bahwa terjadi peningkatan signifikan dibandingkan kondisi awal.

Tabel 2. Tingkat Kepuasan Peserta

Kategori	Persentasi (%)
Sangat Puas	72
Puas	25
Cukup	3
Tidak Puas	0

Tabel 2 menunjukkan bahwa program dinilai efektif dan sesuai kebutuhan peserta



Gambar 2. Minat Berwirausaha Peserta

Pada Gambar 2, menunjukkan 67% peserta berminat memulai usaha, 23% menjadikan sebagai usaha sampingan dan 10% belum berminat. Dari diagram tersebut menunjukkan bahwa 90% peserta memiliki minat berwirausaha setelah mengikuti kegiatan, baik sebagai usaha utama maupun usaha sampingan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa 88% peserta mengalami peningkatan pemahaman branding digital, sementara 90% peserta mampu mempraktekkan ketrampilan merangkai buket secara mandiri setelah pelatihan Program Kreasi Mekar Digital berhasil memberikan dampak positif bagi para wanita di lingkungan WBI Wilayah Manado melalui peningkatan keterampilan seni merangkai dan penguatan kemampuan branding digital. Kegiatan pelatihan tidak hanya membekali peserta dengan

keahlian praktis dalam menghasilkan produk karya merangkai yang kreatif dan bernilai jual, tetapi juga memperkenalkan strategi pemasaran digital yang efektif melalui media sosial dan platform daring lainnya.

Melalui pendampingan yang berkelanjutan, peserta menunjukkan peningkatan dalam kepercayaan diri, kemandirian ekonomi, serta kemampuan memanfaatkan teknologi untuk mengembangkan usaha kreatif mereka. Program ini membuktikan bahwa kolaborasi antara kreativitas dan literasi digital dapat menjadi solusi pemberdayaan yang relevan dan berkelanjutan bagi komunitas perempuan. Ke depan, diharapkan kegiatan ini dapat diperluas melalui jejaring mitra dan inovasi produk sehingga memberikan manfaat ekonomi yang lebih luas bagi masyarakat.

Saran

Kegiatan ini diharapkan dapat diperluas melalui jejaring mitra dan inovasi produk sehingga memberikan manfaat ekonomi yang lebih luas bagi masyarakat.

Ucapan Terimakasih

Pengabdian ini terlaksana atas support dan dibiayai oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) UNSRAT dengan Nomor : SP DIPA – 139.03.2.693382/2025 Universitas Sam Ratulangi-Manado tahun 2025

DAFTAR PUSTAKA

Artika, D.H (2024). Peran WBI dalam meningkatkan religiusitas jemaat di Gereja bethel Indonesia Kecamatan balik Bukit Lampung Barat. Skripsi Kementerian Pendidikan Nasional Direktorat jenderal Pendidikan Non formal dan Informatika, Direktorat Pembinaan Kursus dan Kelembagaan (2009)

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan I (2021). Marketing 5.0 : technology for Humanity. Wiley

Nainggolan N., Pandiangan D., Arunda R., Adinata H.N., Nainggolan E.A., Pangau B.H.R., Bakari S. 2025.Pemberdayaan Perempuan Masyarakat Desa Tambala Untuk Penanaman dan Pengolahan Bahan Baku Suplemen Kesehatan Terstandar. *Jurnal Perempuan dan Anak Indonesia* 6 (2) 24-28 DOI: <https://doi.org/10.35801/jpai.6.2.2025.64084>

Owding, C. (2020). Bouquet Making for Beginners: The Art of Floral Arrangements. Greenleaf Books

Pandiangan, D. and Nainggolan, N. (2020) 'PKM PELWAP Desa Sea Mitra Untuk Pemanfaatan Tumbuhan Obat Dan Tanaman Hias', JPAI: Jurnal Perempuan dan Anak Indonesia, 2(2), p. 16. doi: 10.35801/jpai.2.2.2020.30605.

Pandiangan, D., Nainggolan, N. and Suyoko, E. (2022) 'PKM Ibu-Ibu PKK Desa Palaes Minahasa Utara Untuk Pemanfaatan Daun atau Bunga Mangrove sebagai Minuman Fungsional', JPAI: Jurnal ..., 4 (September 2022). Available at: <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jpai/article/view/43568%0;https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jpai/article/download/43568/40078>

Pinontoan, B., Titaley, J., & Weku, W. C. D. (2025). Sistem Informasi Pariwisata Berbasis Web Kelurahan Batuputih Bawah Kota Bitung: Web-Based Tourism Information System for Batuputih Bawah Subdistrict-Bitung City. Vivabio: Jurnal Pengabdian Multidisiplin, 7(1), 7–12.

<https://doi.org/10.35799/vivabio.v7i1.58768>

Sharma, S (2021). *Social Media Marketing for Small Business : The 2021 Guide*. Wiley.

Nainggolan, N., Pandiangan, D., Arundaa, R., Adinata, H. S., Artha, E., Pangau, B. H. R., & Bakari, S. (2025). Pemberdayaan Perempuan di Masyarakat Desa Tambala untuk Penanaman dan Pengolahan Bahan Baku Suplemen Kesehatan Terstandar. *Jurnal Perempuan dan Anak Indonesia* 6 (2) 24-33.

Pandiangan, D., Nainggolan, N., & Maramis, R. T. D. (2025). Penyuluhan dan Edukasi Potensi Sumber Daya Alam Sekitar Sebagai Bahan Baku Obat dan Pangan Fungsional Desa Marinsow Likupang Minahasa Utara: Counseling and Education on the Potential of Environmental Natural Resources as Raw Materials for Medicine and Functional Food in Marinsow Village, Likupang, North Minahasa. Vivabio: Jurnal Pengabdian Multidisiplin, 7(2), 68–74.

<https://doi.org/10.35799/vivabio.v7i2.61852>