



Beujroh :

Jurnal Pemberdayaan dan Pengabdian pada Masyarakat

Volume 4, Nomor 3, Desember 2026 pp. 587-613

DOI <https://doi.org/10.61579/beujroh.v4i3.950>

e-ISSN 3025-9320

p-ISSN 3026-0884

Transformasi Bonsai Menjadi Produk Ekonomi Kreatif Melalui Pemberdayaan Kewirausahaan Masyarakat

Danur Condro Guritno¹, Dwi Prasetyani^{*2}, Ratna Malisa Indriawati³, Aulia Hapsari Juwita⁴, Vinc Hadi Wiyono⁵, Akhmad Daerobi⁶, Guntur Riyanto⁷, Hendrika Ayuliani Muntiyas⁸, Ulya Faiza Husna⁹

¹ Universitas Sebelas Maret, Surakarta, Indonesia, email: dcguritno@staff.uns.ac.id

² Universitas Sebelas Maret, Surakarta, Indonesia, email: dwiprasetyani_fe@staff.uns.ac.id

³ Universitas Sebelas Maret, Surakarta, Indonesia, email: ratnamalisai.feb@staff.uns.ac.id

⁴ Universitas Sebelas Maret, Surakarta, Indonesia, email: auliahjuwita@staff.uns.ac.id

⁵ Universitas Sebelas Maret, Surakarta, Indonesia, email: vincentwiyono@staff.uns.ac.id

⁶ Universitas Sebelas Maret, Surakarta, Indonesia, email: akhmaddaerobi_fe@staff.uns.ac.id

⁷ Universitas Sebelas Maret, Surakarta, Indonesia, email: gun_riyan@staff.uns.ac.id

⁸ Universitas Sebelas Maret, Surakarta, Indonesia, email: hendrikayulianim@student.uns.ac.id

⁹ Universitas Sebelas Maret, Surakarta, Indonesia, email: ulyafaiza@student.uns.ac.id

*Koresponden penulis : dwiprasetyani_fe@staff.uns.ac.id

Info Artikel

Diajukan: 18 Juli 2026

Diterima: 14 September 2026

Diterbitkan: 10 Oktober 2026

Keywords:

community empowerment; creative economy; bonsai; entrepreneurship; community capacity building.

Abstract

The development of a creative economy based on local potential has become an important strategy for enhancing community economic independence through value creation. One promising local resource is bonsai, which can be positioned as a living creative product integrating art, craftsmanship, and entrepreneurship. However, bonsai is still widely perceived as a hobby rather than a viable creative business opportunity, limiting its economic potential. This community service program aimed to strengthen the technical and entrepreneurial capacities of community members through creative economy-based bonsai business training in the Komunitas RumahKu Boyolali. The program adopted a Participatory Action Research (PAR) approach integrated with community capacity building, experiential learning, and entrepreneurship development. A total of 30 participants took part in a series of activities, including needs assessment, training, hands-on bonsai practice, discussion, evaluation, and mentoring. The program improved participants' technical competencies in bonsai cultivation and shaping

Kata Kunci:

pemberdayaan masyarakat; ekonomi kreatif; bonsai; kewirausahaan; community capacity building.



Lisensi: cc-by-sa
Copyright © 2026 penulis

while enhancing their entrepreneurial capacity through a better understanding of value creation, pricing strategies, branding, and digital marketing. Furthermore, the program successfully transformed participants' perceptions of bonsai from merely an ornamental plant into a high-value creative economy product with strong potential for community-based enterprise development. Overall, the integration of technical training and entrepreneurship education effectively strengthened community capacity and supported sustainable local economic empowerment.

Abstrak

Pengembangan ekonomi kreatif berbasis potensi lokal merupakan strategi penting dalam meningkatkan kemandirian ekonomi masyarakat melalui penciptaan nilai tambah. Salah satu potensi yang dapat dikembangkan adalah bonsai sebagai living creative product yang mengintegrasikan aspek seni, kriya, dan kewirausahaan. Namun, masyarakat umumnya masih memandang bonsai sebagai hobi sehingga pemanfaatannya sebagai usaha kreatif belum optimal. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan kapasitas teknis dan kewirausahaan masyarakat melalui pelatihan pengembangan usaha bonsai berbasis ekonomi kreatif di Komunitas Rumahku Boyolali. Program dilaksanakan menggunakan pendekatan Participatory Action Research (PAR) yang dipadukan dengan community capacity building, experiential learning, dan entrepreneurship development. Sebanyak 30 peserta mengikuti rangkaian kegiatan yang meliputi identifikasi kebutuhan, pelatihan, praktik pembentukan bonsai, diskusi, evaluasi, dan pendampingan. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta dalam teknik pembentukan bonsai serta penguatan kapasitas kewirausahaan melalui pemahaman mengenai value creation, penetapan harga, branding, dan pemasaran digital. Program ini juga berhasil mengubah persepsi peserta terhadap bonsai dari sekadar tanaman hias menjadi produk ekonomi kreatif bernilai tambah tinggi yang berpotensi dikembangkan sebagai usaha berbasis komunitas. Dengan demikian, integrasi pelatihan teknis dan kewirausahaan terbukti mampu memperkuat

kapasitas masyarakat serta mendukung pemberdayaan ekonomi lokal yang berkelanjutan.

Cara mensitasi artikel:

Guritno, D. C., Prasetyani, D., Indriawati, R. M., Juwita, A. H., Wiyono, V. H., Daerobi, A., ... Husna, U. F. (2026). Transformasi Bonsai Menjadi Produk Ekonomi Kreatif Melalui Pemberdayaan Kewirausahaan Masyarakat. *Beujroh : Jurnal Pemberdayaan Dan Pengabdian Pada Masyarakat*, 4(3), 587–613. <https://doi.org/10.61579/beujroh.v4i3.950>

PENDAHULUAN

Ekonomi kreatif menjadi sektor strategis dalam pembangunan karena memanfaatkan kreativitas, inovasi, pengetahuan, dan keterampilan sebagai sumber penciptaan nilai tambah dan pertumbuhan ekonomi berkelanjutan (Gouvea et al., 2021; Muna et al., 2023). Berbasis modal intelektual yang terbarukan, sektor ini berperan dalam mendorong pertumbuhan inklusif, kesempatan kerja, kesejahteraan, dan daya saing (Wiratiwi et al., 2024; Nasution et al., 2026; Susanti & Silvia, 2024). Di Indonesia, ekonomi kreatif pada 2024 berkontribusi sekitar Rp1.611 triliun atau 7,28% terhadap PDB, menyerap lebih dari 26 juta tenaga kerja, dan menghasilkan ekspor lebih dari US\$25 miliar (Kemenparekraf, 2025). Salah satu subsektor potensial adalah kriya yang mengandalkan kreativitas, keterampilan, inovasi, dan estetika untuk menghasilkan produk bernilai tambah serta memperkuat identitas budaya dan daya saing (Dharma et al., 2025; Dharma., 2025; Winanti et al., 2024).

Salah satu produk yang berpotensi dikembangkan dalam ekonomi kreatif berbasis kriya adalah bonsai. Bonsai merupakan seni membentuk dan memelihara tanaman dalam pot yang memadukan keterampilan teknis dan kreativitas artistik. Nilai ekonominya tidak hanya ditentukan oleh jenis tanaman, tetapi juga oleh kualitas desain, karakter batang, komposisi cabang, tingkat kematangan, kelangkaan material, serta reputasi dan prestasi pembuat (Anindynta et al., 2022; Winanti et al., 2024). Karakteristik tersebut menjadikan bonsai sebagai *living creative product* yang mengintegrasikan unsur hortikultura, seni, kriya, dan kewirausahaan.

Potensi tersebut semakin didukung oleh perkembangan pasar bonsai dan ekosistem komunitas, kontes, pameran, serta pemasaran

digital. Secara global, pasar bonsai diproyeksikan meningkat dari sekitar US\$8,3 miliar pada 2025 menjadi lebih dari US\$13 miliar pada 2030 (Hinsley et al., 2025). Di Indonesia, nilai bonsai juga terbentuk melalui kreativitas, kualitas artistik, dan pengakuan komunitas sehingga berpotensi menghasilkan nilai tambah yang lebih tinggi dibandingkan bahan tanaman awal (Anindynta et al., 2022).

Namun, potensi tersebut belum dimanfaatkan secara optimal sebagai usaha kreatif berbasis rumah tangga. Masyarakat masih cenderung memandang bonsai sebagai hobi, sementara pengembangannya sebagai usaha membutuhkan keterampilan teknis, kreativitas, pemahaman pasar, strategi penetapan harga, dan kemampuan pemasaran (Saputra et al., 2025). Keterbatasan kapasitas tersebut menjadi kendala dalam mentransformasikan bahan tanaman menjadi produk kreatif bernilai ekonomi tinggi, meskipun peluang pasar bonsai terus berkembang (Imanda et al., 2025; Sains et al., 2026; Oleana et al., 2017; Salva et al., 2026; Wildan et al., 2024).

Mitra kegiatan ini adalah Komunitas RumahKu Boyolali, komunitas *non-profit* yang berdiri pada 9 September 2017 dengan semangat *learning, sharing, and empowering*. Komunitas ini aktif menyelenggarakan berbagai program pemberdayaan, seperti pelatihan *ecoprint, decoupage*, hidroponik, literasi keuangan keluarga, pengolahan pangan, dan pengembangan usaha mikro. Dengan anggota yang memiliki latar belakang beragam, RumahKu memiliki budaya belajar dan modal sosial yang kuat untuk mendukung pengembangan usaha berbasis komunitas. Namun, kegiatan pemberdayaan yang telah dilakukan masih lebih banyak berfokus pada peningkatan keterampilan produksi, sementara penguatan kewirausahaan, penciptaan nilai tambah, pemasaran, dan pengembangan usaha kreatif masih terbatas. Kondisi tersebut menunjukkan perlunya diversifikasi kegiatan yang tidak hanya meningkatkan keterampilan anggota, tetapi juga mampu mentransformasikannya menjadi aktivitas ekonomi produktif yang berkelanjutan.

Hasil identifikasi kebutuhan (*needs assessment*) yang dilakukan melalui diskusi bersama pengurus dan anggota komunitas menunjukkan bahwa masyarakat memiliki minat yang tinggi untuk mengembangkan usaha berbasis rumah tangga yang fleksibel, dapat

dijalankan dengan modal relatif terjangkau, serta memiliki prospek pasar yang baik. Akan tetapi, terdapat sejumlah kendala yang menghambat pengembangan usaha tersebut, antara lain keterbatasan pengetahuan mengenai teknik produksi yang memiliki nilai jual tinggi, rendahnya kemampuan menciptakan diferensiasi produk, belum optimalnya pemanfaatan media digital sebagai sarana pemasaran, serta minimnya pemahaman mengenai strategi pengembangan usaha kreatif. Selain itu, sebagian besar anggota masih memandang kegiatan produktif sebatas proses menghasilkan barang, bukan sebagai proses menciptakan nilai (*value creation*) yang mampu meningkatkan harga jual produk melalui inovasi, kreativitas, dan identitas artistik. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa peningkatan kapasitas masyarakat perlu dilakukan secara komprehensif, tidak hanya melalui transfer keterampilan teknis, tetapi juga melalui penguatan pola pikir kewirausahaan (*entrepreneurial mindset*) dan kemampuan mengelola usaha secara berkelanjutan.

Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa Komunitas RumahKu memiliki kekuatan berupa motivasi belajar, budaya gotong royong, pengalaman pemberdayaan, dan dukungan kelembagaan. Namun, komunitas masih menghadapi keterbatasan bahan baku, kapasitas produksi, pengalaman *branding*, dan pemasaran digital. Di sisi eksternal, tren tanaman hias, perkembangan ekonomi kreatif, akses *marketplace*, dan luasnya komunitas pecinta bonsai menjadi peluang, meskipun dihadapkan pada persaingan, fluktuasi permintaan, dan keterbatasan kolaborasi. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pemberdayaan perlu diarahkan tidak hanya pada peningkatan keterampilan produksi, tetapi juga penguatan kapasitas kewirausahaan, jejaring usaha, dan penciptaan nilai tambah.

Berdasarkan kondisi tersebut, bonsai dipilih sebagai media pemberdayaan karena memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan komoditas hortikultura lainnya. Nilai ekonomi bonsai tidak hanya dibentuk oleh faktor biologis tanaman, tetapi juga oleh kreativitas, estetika, inovasi desain, pengalaman pembentuk, serta identitas artistik yang melekat pada setiap karya. Dengan demikian, proses produksi bonsai sesungguhnya merupakan proses transformasi kreatif yang mampu mengubah bahan tanaman bernilai relatif rendah

menjadi produk bernilai ekonomi tinggi. Karakteristik tersebut menjadikan bonsai sangat relevan untuk dikembangkan sebagai usaha berbasis ekonomi kreatif yang dapat dijalankan dalam skala rumah tangga, memanfaatkan sumber daya lokal, serta memberikan peluang peningkatan pendapatan masyarakat tanpa membutuhkan investasi yang besar.

Berbeda dengan sebagian besar program pelatihan bonsai yang selama ini lebih berfokus pada aspek budidaya tanaman atau teknik pembentukan semata, kegiatan pengabdian ini mengembangkan pendekatan yang lebih komprehensif dengan mengintegrasikan pelatihan teknis bonsai, penguatan kapasitas kewirausahaan, pengembangan kreativitas, penciptaan nilai tambah (*creative value creation*), strategi penetapan harga, *branding*, pemasaran digital, hingga pengembangan jejaring usaha. Melalui pendekatan tersebut, peserta tidak hanya diajarkan bagaimana membentuk bonsai yang baik secara teknis, tetapi juga bagaimana mengubah karya tersebut menjadi produk kreatif yang memiliki identitas, nilai ekonomi, dan daya saing di pasar. Pendekatan integratif ini menjadi kebaruan utama dalam program pengabdian karena memosisikan bonsai bukan sekadar sebagai tanaman hias ataupun komoditas hortikultura, melainkan sebagai *living creative product* yang mengintegrasikan seni, kriya, kewirausahaan, dan ekonomi kreatif dalam satu ekosistem usaha yang berkelanjutan.

Berdasarkan kondisi tersebut, program *Transforming Bonsai into a Creative Economy Enterprise* dilaksanakan melalui pendekatan pemberdayaan masyarakat partisipatif di Komunitas RumahKu Boyolali. Program ini bertujuan meningkatkan keterampilan teknis bonsai, kompetensi kewirausahaan, kreativitas, serta kemampuan pengembangan usaha berbasis ekonomi kreatif. Program juga diarahkan untuk memperkuat jejaring usaha dan mendukung peningkatan pendapatan rumah tangga serta pencapaian SDGs, khususnya Tujuan 5, 8, dan 12.

METODE PELAKSANAAN

Program pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan secara partisipatif bersama Komunitas RumahKu Boyolali untuk meningkatkan keterampilan teknis pembentukan bonsai sekaligus kapasitas

kewirausahaan peserta. Pelaksanaan program dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu identifikasi kebutuhan, perencanaan, pelatihan dan praktik, penguatan kewirausahaan, serta evaluasi dan tindak lanjut.

Tahap pertama adalah identifikasi kebutuhan.

Tim pengabdian melakukan diskusi bersama pengurus dan anggota Komunitas RumahKu Boyolali untuk mengidentifikasi minat, pengalaman, keterampilan, serta kendala peserta dalam mengembangkan bonsai sebagai usaha kreatif. Hasil identifikasi digunakan untuk menentukan materi dan bentuk kegiatan yang sesuai dengan kebutuhan mitra, terutama pada aspek teknik pembentukan bonsai, penciptaan nilai tambah, pemasaran, dan pengembangan usaha.

Tahap kedua adalah perencanaan program.

Berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan, tim pengabdian bersama mitra menyusun rangkaian kegiatan dan materi pelatihan. Peserta dipilih secara purposif berdasarkan minat, kesiapan mengikuti kegiatan, dan komitmen untuk mengembangkan keterampilan yang diperoleh. Pada tahap ini juga dilakukan koordinasi mengenai jadwal, tempat, kebutuhan bahan dan alat, serta keterlibatan praktisi bonsai dalam kegiatan.

Tahap ketiga adalah pelatihan dan praktik pembentukan bonsai.

Kegiatan diawali dengan penyampaian materi dasar mengenai bonsai, dilanjutkan demonstrasi oleh praktisi dan praktik langsung oleh peserta. Peserta mempraktikkan teknik pembentukan bonsai secara bertahap dengan pendampingan tim pengabdian dan praktisi. Proses pembelajaran dilakukan melalui pengalaman langsung, diskusi, refleksi, dan penerapan hasil pembelajaran dalam praktik sehingga peserta dapat memahami dan mengembangkan keterampilan secara bertahap.

Tahap keempat adalah penguatan kapasitas kewirausahaan.

Setelah memperoleh keterampilan teknis, peserta diarahkan untuk mengembangkan bonsai sebagai produk ekonomi kreatif melalui materi dan praktik mengenai penciptaan nilai tambah, diferensiasi produk, penetapan harga, *branding*, pemasaran digital, dan pengembangan jejaring usaha. Tahap ini bertujuan mengubah

keterampilan produksi menjadi kemampuan menciptakan produk yang memiliki identitas, nilai ekonomi, dan peluang pasar.

Tahap kelima adalah evaluasi dan tindak lanjut.

Evaluasi dilakukan untuk mengetahui ketercapaian tujuan program melalui pengamatan terhadap keterlibatan peserta, hasil praktik, pemahaman materi, dan kemampuan peserta dalam mengembangkan bonsai sebagai produk kreatif. Hasil evaluasi digunakan sebagai dasar untuk memberikan umpan balik dan menentukan kebutuhan pendampingan lanjutan. Keberlanjutan program didukung melalui komunitas sebagai wadah berbagi pengalaman, pembelajaran bersama, dan pengembangan jejaring usaha setelah kegiatan selesai.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

Kondisi Awal dan Identifikasi Kebutuhan Masyarakat

Program pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Komunitas RumahKu Boyolali, sebuah komunitas pemberdayaan masyarakat yang secara aktif mengembangkan berbagai kegiatan peningkatan kapasitas berbasis potensi lokal melalui pendekatan pembelajaran partisipatif. Selama beberapa tahun terakhir, komunitas ini telah menyelenggarakan berbagai pelatihan keterampilan, seperti *ecoprint*, *decoupage*, hidroponik, pengolahan pangan, dan literasi keuangan keluarga sebagai upaya mendorong kemandirian ekonomi anggotanya. Meskipun demikian, berdasarkan hasil diskusi awal dengan pengurus komunitas, sebagian besar kegiatan pemberdayaan masih berfokus pada peningkatan keterampilan produksi, sementara pengembangan usaha berbasis ekonomi kreatif yang mengintegrasikan kreativitas, inovasi, dan strategi kewirausahaan masih relatif terbatas. Oleh karena itu, bonsai dipilih sebagai media pemberdayaan karena memiliki karakteristik unik sebagai produk kreatif yang mampu menghasilkan nilai tambah ekonomi melalui perpaduan antara seni, keterampilan teknis, dan inovasi.

Sebelum pelaksanaan kegiatan, tim pengabdian melakukan identifikasi kebutuhan melalui observasi lapangan, wawancara semi-

terstruktur dengan pengurus komunitas, serta diskusi kelompok bersama calon peserta. Tahapan ini bertujuan untuk memperoleh gambaran mengenai kondisi awal masyarakat, mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi, serta memastikan bahwa materi pelatihan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan nyata peserta. Pendekatan tersebut sejalan dengan prinsip *Participatory Action Research* (PAR) yang menempatkan masyarakat sebagai subjek utama dalam proses perencanaan program sehingga solusi yang dirancang benar-benar berangkat dari kebutuhan dan potensi lokal (Fouché & Brent, 2020; Prom-Wormley et al., 2020).

Kegiatan pengabdian diikuti oleh 30 peserta yang berasal dari anggota Komunitas RumahKu Boyolali dengan latar belakang yang beragam, meliputi ibu rumah tangga, pelaku usaha mikro, pemuda, serta masyarakat umum yang memiliki minat terhadap tanaman hias dan kewirausahaan. Keragaman karakteristik peserta menunjukkan bahwa pengembangan usaha bonsai memiliki peluang untuk diterapkan secara luas sebagai alternatif usaha berbasis rumah tangga yang bersifat inklusif. Sebagian besar peserta merupakan pemula yang belum pernah mengikuti pelatihan bonsai secara formal maupun mengembangkan bonsai sebagai aktivitas ekonomi produktif. Kondisi tersebut menjadi pertimbangan penting dalam penyusunan materi pelatihan agar mampu menjangkau peserta dengan tingkat pengetahuan dan pengalaman yang berbeda.

Tabel 1. Karakteristik Peserta Program Pengabdian

Karakteristik	Keterangan
Jumlah peserta	30 orang
Mitra	Komunitas RumahKu Boyolali
Jenis kegiatan	Pelatihan dan pemberdayaan masyarakat
Latar belakang peserta	Ibu rumah tangga, pelaku UMKM, pemuda, masyarakat umum
Tingkat pengalaman	Sebagian besar pemula dalam pembentukan bonsai
Fokus program	Peningkatan kapasitas teknis dan kewirausahaan berbasis ekonomi kreatif

Hasil *needs assessment* menunjukkan bahwa peserta memiliki antusiasme yang tinggi terhadap pengembangan bonsai sebagai kegiatan produktif. Namun demikian, pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki masih terbatas pada aspek pemeliharaan tanaman secara umum. Mayoritas peserta belum memahami teknik pembentukan bonsai, seperti *pruning*, *shaping*, *wiring*, pemilihan media tanam, pemilihan pot, maupun teknik perawatan yang berorientasi pada peningkatan kualitas estetika tanaman. Padahal, aspek-aspek tersebut merupakan faktor utama yang menentukan kualitas artistik sekaligus nilai ekonomi sebuah bonsai. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi pasar bonsai yang terus berkembang dengan kapasitas teknis masyarakat dalam menghasilkan produk yang memiliki daya saing.

Selain keterbatasan kompetensi teknis, identifikasi kebutuhan juga menunjukkan bahwa tantangan utama terletak pada aspek kewirausahaan. Sebagian besar peserta masih memandang bonsai sebagai tanaman hias atau aktivitas hobi sehingga belum memahami mekanisme penciptaan nilai yang menjadikan sebuah bonsai memiliki harga jual tinggi. Penetapan harga masih dilakukan secara subjektif tanpa mempertimbangkan nilai artistik, proses pembentukan, tingkat kesulitan, maupun karakter unik setiap karya. Peserta juga belum memiliki pemahaman mengenai pentingnya branding, segmentasi konsumen, pemasaran digital, serta pemanfaatan komunitas sebagai jejaring bisnis. Akibatnya, peluang ekonomi yang dimiliki bonsai belum dapat dimanfaatkan secara optimal sebagai sumber pendapatan alternatif berbasis rumah tangga.

Berdasarkan hasil observasi dan diskusi bersama peserta, diperoleh beberapa permasalahan utama yang menjadi dasar penyusunan program pengabdian sebagaimana disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Identifikasi Kebutuhan Peserta

Permasalahan	Temuan Lapangan	Dampak	Solusi Program
Belum memahami	Mayoritas peserta hanya mengetahui	Nilai artistik bonsai rendah	Pelatihan teknik <i>pruning</i> ,

Permasalahan	Temuan Lapangan	Dampak	Solusi Program
teknik pembentukan bonsai	teknik perawatan tanaman secara umum dan belum pernah mengikuti pelatihan bonsai	sehingga sulit meningkatkan nilai jual	<i>shaping, wiring</i> , pemilihan pot, dan perawatan bonsai
Belum memahami konsep <i>value creation</i>	Bonsai masih dipandang sebagai tanaman hias atau hobi	Potensi nilai tambah ekonomi belum dimanfaatkan secara optimal	Pelatihan ekonomi kreatif dan penciptaan nilai tambah produk
Belum memahami strategi penetapan harga (<i>pricing</i>)	Harga ditentukan berdasarkan perkiraan tanpa mempertimbangkan kualitas artistik	Produk kurang kompetitif dan keuntungan usaha rendah	Pelatihan strategi penetapan harga berbasis nilai produk
Belum memanfaatkan pemasaran digital	Promosi masih dilakukan secara konvensional melalui lingkungan sekitar	Jangkauan pasar terbatas	Pelatihan pemasaran digital dan pemanfaatan media sosial
Belum memiliki jejaring usaha	Penjualan hanya dilakukan kepada kerabat atau kenalan	Peluang pengembangan usaha masih rendah	Penguatan jejaring komunitas dan kolaborasi dengan praktisi bonsai

Temuan tersebut menunjukkan bahwa kebutuhan peserta tidak hanya terletak pada peningkatan keterampilan teknis, tetapi juga pada penguatan kapasitas kewirausahaan berbasis ekonomi kreatif. Dalam perspektif *Community Capacity Building*, pemberdayaan masyarakat tidak hanya bertujuan meningkatkan kemampuan individu, tetapi juga membangun kapasitas kolektif melalui penguatan pengetahuan, keterampilan, jejaring sosial, serta kemampuan mengelola sumber daya

yang dimiliki agar mampu menciptakan manfaat ekonomi secara mandiri (Crowley & Barlow, 2022; Dowin Kennedy, 2021; Xie et al., 2021). Oleh karena itu, pengembangan bonsai tidak cukup dipahami sebagai aktivitas budidaya tanaman, melainkan sebagai proses transformasi kreatif yang mengintegrasikan aspek seni, inovasi, dan kewirausahaan untuk menghasilkan produk bernilai tambah tinggi.

Lebih lanjut, hasil identifikasi juga menunjukkan bahwa Komunitas RumahKu Boyolali memiliki modal sosial yang kuat sebagai fondasi pengembangan usaha bersama. Tingginya partisipasi anggota, budaya belajar yang telah terbentuk melalui berbagai kegiatan pemberdayaan sebelumnya, serta dukungan aktif dari pengurus komunitas menjadi faktor pendukung yang memperbesar peluang keberhasilan program. Menurut Putnam (1993), modal sosial berperan penting dalam membangun kepercayaan, memperkuat kolaborasi, dan mempercepat proses transfer pengetahuan dalam suatu komunitas. Kondisi ini menjadi keunggulan tersendiri karena proses pembelajaran tidak hanya berlangsung selama pelatihan, tetapi juga berpotensi berlanjut melalui interaksi antaranggota komunitas setelah kegiatan pengabdian selesai.

Berdasarkan keseluruhan hasil identifikasi kebutuhan tersebut, tim pengabdian menyusun program pemberdayaan yang mengintegrasikan peningkatan keterampilan teknis pembentukan bonsai dengan penguatan kapasitas kewirausahaan berbasis ekonomi kreatif. Pendekatan ini dipilih karena dinilai mampu menjawab kebutuhan masyarakat secara lebih komprehensif, yaitu tidak hanya meningkatkan kemampuan peserta dalam menghasilkan bonsai yang berkualitas secara artistik, tetapi juga membangun pemahaman mengenai proses penciptaan nilai tambah, strategi pemasaran, pengembangan usaha, serta pemanfaatan jejaring komunitas sebagai ekosistem bisnis. Dengan demikian, program pengabdian ini diharapkan mampu menjadi titik awal transformasi persepsi masyarakat terhadap bonsai, dari sekadar tanaman hias menjadi *living creative product* yang memiliki nilai ekonomi tinggi dan berkontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat serta penguatan ekonomi lokal.

Pelaksanaan Program Pemberdayaan Masyarakat

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan pada 13 Juni 2026 di Roemah Tjinta Boyolali melalui pendekatan PAR yang menekankan keterlibatan aktif masyarakat dalam setiap tahapan kegiatan. Program ini dirancang secara sistematis mulai dari identifikasi kebutuhan, perencanaan program, pelaksanaan pelatihan, praktik langsung, hingga evaluasi dan pendampingan sebagai upaya meningkatkan kapasitas masyarakat dalam mengembangkan usaha bonsai berbasis ekonomi kreatif.



Sumber: Diadaptasi oleh penulis (2026)

Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan Program Pengabdian

Sebelum pelaksanaan kegiatan, tim pengabdian melakukan needs assessment melalui observasi lapangan dan diskusi dengan pengurus Komunitas RumahKu Boyolali untuk mengidentifikasi potensi, permasalahan, serta kebutuhan peserta. Hasil identifikasi tersebut menjadi dasar dalam penyusunan materi pelatihan sehingga program yang diberikan sesuai dengan kondisi dan kebutuhan masyarakat.

Selanjutnya, dilakukan tahap koordinasi dan persiapan yang meliputi penyusunan jadwal kegiatan, penyiapan narasumber, penyediaan alat dan bahan praktik bonsai, serta penyusunan modul pelatihan. Kegiatan inti berupa pelatihan disampaikan oleh praktisi bonsai yang memberikan materi mengenai konsep bonsai sebagai produk ekonomi kreatif, teknik dasar pembentukan bonsai, strategi penciptaan nilai (*value creation*), penetapan harga, serta pemasaran produk.

Untuk memperkuat pemahaman peserta, pelatihan dilanjutkan dengan praktik langsung yang meliputi teknik *pruning*, *shaping*, *wiring*, pemilihan pot, serta perawatan bonsai. Seluruh peserta memperoleh kesempatan untuk mempraktikkan teknik tersebut secara langsung dengan pendampingan dari narasumber dan tim pengabdian sehingga proses pembelajaran berlangsung secara partisipatif.



Gambar 2. Pelaksanaan pengabdian masyarakat



Gambar 3. Foto bersama kegiatan

Kegiatan kemudian dilanjutkan dengan diskusi interaktif yang memberikan kesempatan kepada peserta untuk menyampaikan pengalaman, kendala, serta peluang pengembangan usaha bonsai di lingkungan masing-masing. Pada tahap akhir, tim pengabdian melakukan evaluasi terhadap pelaksanaan program melalui observasi partisipasi peserta, kemampuan peserta dalam mengaplikasikan teknik dasar bonsai, serta refleksi bersama mengenai manfaat kegiatan. Sebagai bentuk keberlanjutan program, disusun rencana pendampingan untuk mendukung peserta dalam mengembangkan usaha bonsai secara mandiri dan berkelanjutan.

Peningkatan Kapasitas Teknis Peserta dalam Pembentukan Bonsai

Salah satu tujuan utama program pengabdian ini adalah meningkatkan kapasitas teknis peserta dalam proses pembentukan bonsai. Peningkatan kapasitas tersebut tidak hanya diukur dari kemampuan peserta memahami konsep dasar bonsai, tetapi juga dari kemampuan mengaplikasikan teknik pembentukan secara langsung selama kegiatan berlangsung. Berdasarkan hasil observasi selama pelatihan, terjadi peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta pada seluruh materi teknis yang diberikan, mulai dari teknik pemangkasan (*pruning*), pembentukan struktur tanaman (*shaping* dan *wiring*), pemilihan pot dan media tanam, hingga teknik perawatan bonsai. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pendekatan pembelajaran berbasis praktik mampu meningkatkan kompetensi peserta secara lebih efektif dibandingkan penyampaian materi secara teoritis semata. Teknik yang disampaikan dalam program ini sebagai berikut:

Pemahaman Teknik *Pruning*

Hasil observasi menunjukkan bahwa sebagian besar peserta mampu memahami fungsi *pruning* sebagai teknik dasar dalam membentuk karakter dan keseimbangan struktur bonsai. Sebelum pelatihan, peserta cenderung melakukan pemangkasan hanya untuk mengurangi ukuran tanaman tanpa mempertimbangkan nilai estetika maupun arah pertumbuhan cabang. Setelah mengikuti demonstrasi dan praktik langsung, peserta mulai mampu menentukan cabang yang perlu

dipertahankan maupun dipangkas sesuai dengan desain bonsai yang diinginkan.

Peningkatan pemahaman tersebut menunjukkan bahwa pengalaman praktik secara langsung memberikan proses belajar yang lebih efektif dibandingkan pembelajaran berbasis ceramah. Temuan ini sejalan dengan *Experiential Learning Theory* yang dikemukakan Kolb (1984), yang menjelaskan bahwa pengetahuan berkembang melalui pengalaman konkret, refleksi, konseptualisasi, dan eksperimen aktif. Hasil ini juga konsisten dengan berbagai penelitian pemberdayaan masyarakat yang menunjukkan bahwa pelatihan berbasis praktik mampu meningkatkan keterampilan teknis peserta secara lebih optimal dibandingkan metode pembelajaran konvensional.

Peningkatan Kemampuan *Shaping* dan *Wiring*

Selain teknik pemangkasan, peserta juga memperoleh keterampilan dalam melakukan *shaping* dan *wiring* untuk membentuk karakter artistik bonsai. Pada awal kegiatan, sebagian besar peserta belum memahami bahwa arah pertumbuhan batang dan cabang dapat dibentuk melalui teknik pengawatan yang tepat. Setelah mengikuti demonstrasi narasumber dan melakukan praktik secara langsung, peserta mulai mampu membentuk struktur dasar bonsai dengan mempertimbangkan proporsi, keseimbangan visual, dan estetika tanaman.

Kemampuan tersebut menunjukkan adanya peningkatan kreativitas peserta dalam mengolah tanaman menjadi produk bernilai seni. Proses ini memperlihatkan bahwa keterampilan teknis merupakan bagian penting dalam proses *value creation*, yaitu mengubah tanaman biasa menjadi produk ekonomi kreatif yang memiliki nilai tambah lebih tinggi. Temuan ini mendukung konsep ekonomi kreatif yang menempatkan kreativitas dan keterampilan sebagai sumber utama penciptaan nilai ekonomi.

Pemilihan Pot dan Media Tanam

Materi mengenai pemilihan pot dan media tanam juga memberikan pemahaman baru kepada peserta. Sebelum pelatihan, sebagian besar peserta memilih pot hanya berdasarkan ukuran tanaman

tanpa mempertimbangkan kesesuaian bentuk, warna, maupun karakter bonsai. Setelah mengikuti pelatihan, peserta mulai memahami bahwa pot merupakan bagian integral dari komposisi artistik bonsai yang dapat meningkatkan nilai estetika sekaligus nilai jual produk.

Selain itu, peserta juga memperoleh pemahaman mengenai penggunaan media tanam yang memiliki kemampuan drainase dan aerasi yang baik sehingga mampu mendukung pertumbuhan tanaman secara optimal. Pengetahuan tersebut menjadi penting karena kualitas media tanam berpengaruh terhadap kesehatan tanaman dan keberhasilan pembentukan bonsai dalam jangka panjang.

Teknik Perawatan Bonsai

Pelatihan juga meningkatkan pemahaman peserta mengenai teknik perawatan bonsai yang meliputi penyiraman, pemupukan, pemangkasan rutin, pengendalian hama, serta pemeliharaan bentuk tanaman setelah proses pembentukan. Sebelum mengikuti kegiatan, sebagian besar peserta menganggap bahwa bonsai hanya memerlukan penyiraman secara berkala. Setelah pelatihan, peserta memahami bahwa kualitas bonsai sangat dipengaruhi oleh proses perawatan yang dilakukan secara konsisten dan berkelanjutan.

Peningkatan pemahaman mengenai teknik perawatan menunjukkan bahwa peserta tidak hanya memperoleh keterampilan membentuk bonsai, tetapi juga memahami pentingnya menjaga kualitas produk agar tetap memiliki nilai estetika dan nilai ekonomi yang tinggi. Hal ini sejalan dengan konsep *capacity building* yang menekankan bahwa peningkatan kapasitas masyarakat tidak hanya mencakup transfer pengetahuan, tetapi juga kemampuan mengelola keterampilan tersebut secara berkelanjutan (Crowley & Barlow, 2022).

Penguatan Kapasitas Kewirausahaan Berbasis Ekonomi Kreatif

Selain meningkatkan keterampilan teknis pembentukan bonsai, program pengabdian ini juga berfokus pada penguatan kapasitas kewirausahaan peserta melalui pendekatan ekonomi kreatif. Materi yang diberikan tidak hanya membahas aspek produksi, tetapi juga proses penciptaan nilai (*value creation*), strategi pemasaran, pengembangan merek, hingga pemanfaatan media digital sebagai

sarana memperluas akses pasar. Pendekatan ini bertujuan membangun pola pikir (*entrepreneurial mindset*) sehingga peserta mampu memandang bonsai sebagai produk kreatif yang memiliki nilai ekonomi tinggi dan berpotensi menjadi sumber pendapatan berkelanjutan. Materi yang diberikan sebagai berikut.

Pemahaman *Value Creation*

Hasil pelatihan menunjukkan bahwa peserta mulai memahami bahwa nilai jual bonsai tidak hanya ditentukan oleh jenis tanaman, tetapi juga oleh kreativitas, kualitas desain, karakter artistik, proses pembentukan, serta keunikan setiap karya. Perubahan pemahaman ini mendorong peserta untuk melihat bonsai sebagai produk ekonomi kreatif yang mampu menghasilkan nilai tambah melalui inovasi dan keterampilan. Temuan ini sejalan dengan teori ekonomi kreatif yang menempatkan kreativitas dan pengetahuan sebagai sumber utama penciptaan nilai ekonomi (Xie et al., 2021).

Strategi Penetapan Harga (*Pricing Strategy*)

Sebelum pelatihan, sebagian besar peserta menentukan harga berdasarkan biaya pembelian tanaman atau perkiraan pribadi. Setelah memperoleh materi, peserta memahami bahwa penetapan harga perlu mempertimbangkan kualitas artistik, tingkat kesulitan pembentukan, waktu pengerjaan, serta nilai estetika produk. Dengan demikian, peserta mulai memahami konsep *value-based pricing*, yaitu strategi penetapan harga yang didasarkan pada nilai yang dirasakan konsumen, bukan semata-mata biaya produksi.

Branding Produk Bonsai

Pelatihan juga meningkatkan pemahaman peserta mengenai pentingnya *branding* dalam membangun identitas produk. Peserta diperkenalkan pada konsep bahwa setiap bonsai memiliki karakter dan cerita yang dapat menjadi nilai pembeda di pasar. Selain kualitas produk, identitas merek, konsistensi kualitas, dan reputasi pembuat merupakan faktor yang memengaruhi kepercayaan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa branding menjadi salah satu strategi penting

dalam meningkatkan daya saing usaha bonsai di pasar yang semakin kompetitif.

Segmentasi Konsumen

Peserta memperoleh pemahaman mengenai pentingnya mengenali karakteristik konsumen sebelum menentukan strategi pemasaran. Bonsai memiliki segmen pasar yang beragam, mulai dari penghobi pemula, kolektor, dekorator, hingga peserta kontes bonsai. Pemahaman mengenai segmentasi pasar membantu peserta menentukan jenis produk, kualitas, serta strategi pemasaran yang sesuai dengan kebutuhan setiap kelompok konsumen. Pendekatan ini sejalan dengan konsep *Business Model* yang menekankan pentingnya memahami *customer segment* sebagai dasar dalam menciptakan proposisi nilai yang tepat (Fouché & Brent, 2020).

Pemasaran Digital

Materi pemasaran digital memberikan wawasan baru kepada peserta mengenai pemanfaatan media sosial dan *marketplace* sebagai sarana promosi produk bonsai. Sebelum pelatihan, pemasaran umumnya masih dilakukan secara konvensional melalui relasi pribadi dan komunitas. Setelah pelatihan, peserta memahami bahwa platform digital seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan *marketplace* dapat dimanfaatkan untuk memperluas jangkauan pasar, membangun komunikasi dengan konsumen, serta meningkatkan visibilitas produk. Pemanfaatan teknologi digital diharapkan mampu meningkatkan daya saing usaha bonsai sekaligus membuka akses pasar yang lebih luas.

Transformasi Persepsi Bonsai sebagai Produk Ekonomi Kreatif

Salah satu capaian paling penting dari program pengabdian ini adalah terjadinya perubahan persepsi peserta terhadap bonsai. Sebelum mengikuti pelatihan, sebagian besar peserta memandang bonsai sebagai tanaman hias yang identik dengan hobi dan koleksi pribadi. Orientasi tersebut menyebabkan bonsai belum dipandang sebagai produk yang memiliki potensi ekonomi tinggi maupun sebagai peluang usaha yang dapat dikembangkan secara berkelanjutan. Setelah mengikuti rangkaian pelatihan, diskusi, dan praktik langsung, peserta mulai memahami

bahwa bonsai merupakan produk ekonomi kreatif yang nilai jualnya dibentuk melalui kreativitas, keterampilan, inovasi, dan proses penciptaan nilai (*creative value creation*), bukan semata-mata ditentukan oleh jenis tanaman yang digunakan.

Perubahan persepsi tersebut menunjukkan bahwa proses pemberdayaan tidak hanya menghasilkan peningkatan keterampilan teknis, tetapi juga mendorong perubahan pola pikir (*mindset transformation*) menuju *creative entrepreneurship*. Peserta mulai memahami bahwa proses pembentukan bonsai merupakan aktivitas kreatif yang mengintegrasikan unsur seni, estetika, teknik, dan kewirausahaan sehingga mampu menghasilkan produk dengan nilai tambah yang tinggi. Dengan demikian, bonsai tidak lagi dipandang sebagai komoditas hortikultura biasa, melainkan sebagai *living creative product*, yaitu produk kreatif hidup yang memperoleh nilai ekonomi melalui kreativitas pembuat, kualitas artistik, karakter unik, dan identitas karya.

Tabel 3. Transformasi Persepsi Peserta Setelah Mengikuti Program Pengabdian

Sebelum Program	Setelah Program
Bonsai dipandang sebagai hobi	Bonsai dipahami sebagai produk ekonomi kreatif
Berorientasi pada tanaman	Berorientasi pada karya seni bernilai ekonomi
Harga ditentukan berdasarkan tanaman	Harga ditentukan berdasarkan nilai artistik dan kreativitas
Belum memahami branding	Mulai memahami pentingnya identitas dan branding produk
Pemasaran dilakukan secara sederhana	Mulai mengenal strategi pemasaran digital dan perluasan pasar
Belum memiliki orientasi usaha	Mulai menyusun rencana pengembangan usaha bonsai

B. Pembahasan

Transformasi tersebut menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian berhasil membangun kesadaran peserta mengenai pentingnya penciptaan nilai dalam meningkatkan daya saing produk. Dalam perspektif ekonomi kreatif, nilai suatu produk tidak hanya berasal dari bahan baku yang digunakan, tetapi terutama dari kreativitas, inovasi, pengetahuan, dan kemampuan pelaku usaha dalam menghasilkan produk yang memiliki keunikan serta memberikan pengalaman bagi konsumen (UNCTAD, 2022). Oleh karena itu, perubahan pola pikir peserta menjadi modal penting dalam mendorong lahirnya pelaku *creative entrepreneurship* yang mampu mengembangkan usaha bonsai secara berkelanjutan.

Temuan ini menjadi *novelty* dari program pengabdian karena pendekatan yang digunakan tidak hanya berfokus pada peningkatan keterampilan teknis pembentukan bonsai, tetapi juga mentransformasikan cara pandang masyarakat terhadap bonsai sebagai bagian dari subsektor ekonomi kreatif. Pendekatan tersebut memperluas makna pemberdayaan masyarakat dari sekadar peningkatan kompetensi teknis menjadi proses pembangunan kapasitas kewirausahaan yang berorientasi pada penciptaan nilai tambah, inovasi, dan keberlanjutan usaha. Dengan demikian, bonsai memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai salah satu *living creative product* yang mampu mendukung peningkatan pendapatan masyarakat sekaligus memperkuat pengembangan ekonomi kreatif di tingkat lokal.

Implikasi dan Keberlanjutan Program

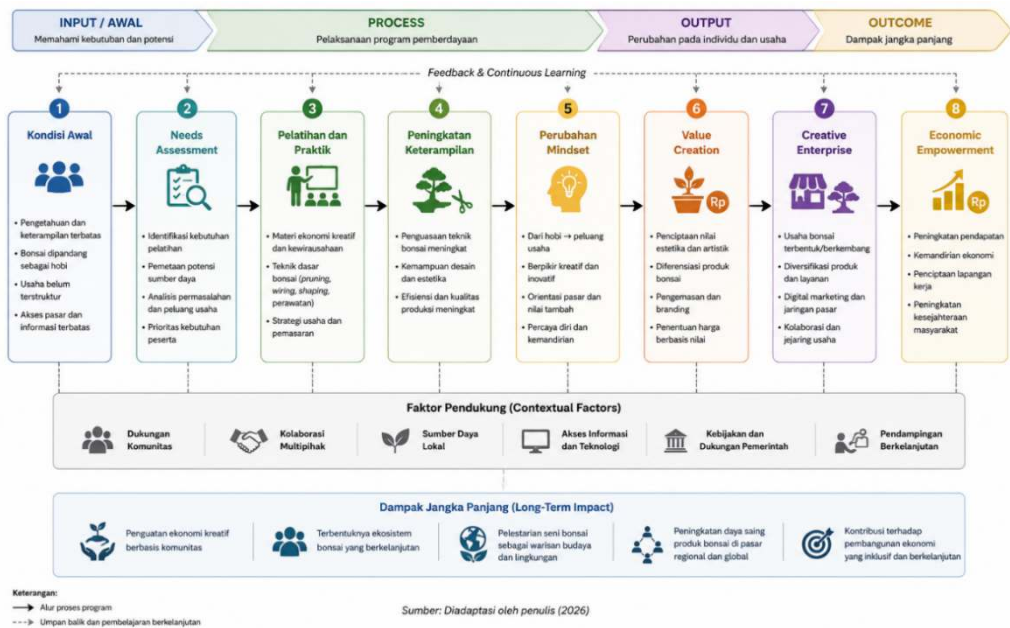
Program pengabdian ini memberikan implikasi yang tidak hanya dirasakan oleh peserta sebagai individu, tetapi juga oleh komunitas sebagai ekosistem pemberdayaan masyarakat. Dari sisi peserta, kegiatan ini berhasil meningkatkan kompetensi teknis dalam pembentukan bonsai sekaligus memperkuat kapasitas kewirausahaan berbasis ekonomi kreatif. Lebih dari itu, terjadi perubahan pola pikir, di mana peserta mulai memandang bonsai sebagai produk kreatif yang memiliki nilai tambah, peluang pasar, dan prospek usaha yang berkelanjutan. Perubahan tersebut menjadi modal penting dalam mendorong

tumbuhnya jiwa *creative entrepreneurship* yang berorientasi pada inovasi, penciptaan nilai, dan keberlanjutan usaha.

Pada tingkat komunitas, program ini memperkuat kolaborasi antaranggota melalui proses pembelajaran bersama, pertukaran pengalaman, dan pengembangan jejaring usaha. Komunitas RumahKu Boyolali diharapkan tidak hanya berfungsi sebagai wadah berkumpul, tetapi juga berkembang menjadi komunitas belajar (*learning community*) sekaligus pusat pengembangan usaha bonsai berbasis ekonomi kreatif. Penguatan modal sosial tersebut menjadi faktor penting dalam mendukung keberlanjutan program karena memungkinkan terjadinya transfer pengetahuan, pendampingan antarpeserta, serta pengembangan inovasi secara kolektif.

Untuk menjaga keberlanjutan dampak program, disusun beberapa strategi tindak lanjut, yaitu (1) pendampingan (*mentoring*) secara berkala, (2) partisipasi dalam pameran dan kontes bonsai untuk meningkatkan eksposur produk, (3) optimalisasi media sosial dan *marketplace* sebagai sarana promosi dan pemasaran, (4) penguatan kemitraan dengan pemerintah daerah, komunitas bonsai, dan pelaku usaha, serta (5) kolaborasi berkelanjutan antara Komunitas RumahKu Boyolali dan Universitas Sebelas Maret melalui program pengabdian, pelatihan lanjutan, maupun pendampingan usaha. Strategi tersebut diharapkan mampu menciptakan ekosistem yang mendukung pengembangan usaha bonsai secara berkelanjutan sekaligus memperkuat kontribusinya terhadap pemberdayaan ekonomi masyarakat.

Secara konseptual, pelaksanaan program ini menunjukkan bahwa pemberdayaan masyarakat tidak berhenti pada peningkatan keterampilan teknis, tetapi merupakan proses transformasi yang dimulai dari peningkatan kapasitas individu, dilanjutkan dengan perubahan pola pikir, penciptaan nilai *value creation*, hingga terbentuknya usaha kreatif yang berkontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat. Model tersebut menegaskan bahwa pengembangan bonsai sebagai *living creative product* memiliki potensi untuk menjadi salah satu alternatif strategi pemberdayaan ekonomi berbasis komunitas yang berkelanjutan.



Gambar 4. Model Transformasi Program Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Bonsai

Model konseptual tersebut merangkum keseluruhan alur program dan menunjukkan bahwa pemberdayaan yang dilakukan tidak hanya menghasilkan peningkatan keterampilan, tetapi juga membentuk kapasitas kewirausahaan berbasis ekonomi kreatif yang berpotensi menciptakan dampak ekonomi jangka panjang bagi peserta maupun komunitas.

KESIMPULAN

Program pengabdian kepada masyarakat *Transforming Bonsai into a Creative Economy Enterprise* di Komunitas RumahKu Boyolali berhasil meningkatkan kapasitas masyarakat melalui pendekatan pemberdayaan yang mengintegrasikan pelatihan teknis pembentukan bonsai dengan penguatan kewirausahaan berbasis ekonomi kreatif. Program ini tidak hanya meningkatkan kompetensi peserta dalam teknik *pruning, shaping, wiring*, pemilihan media tanam, dan perawatan bonsai, tetapi juga memperkuat pemahaman mengenai *value creation*, strategi penetapan harga, *branding*, segmentasi pasar, serta pemasaran digital sebagai faktor yang menentukan daya saing produk. Hasil kegiatan menunjukkan adanya transformasi pola pikir peserta dari memandang bonsai sebagai

tanaman hias atau sekadar hobi menjadi *living creative product* yang memiliki nilai tambah tinggi melalui kreativitas, keterampilan, dan inovasi. Selain meningkatkan kapasitas individu, program ini juga memperkuat modal sosial dan jejaring kolaborasi dalam komunitas sebagai fondasi pengembangan usaha bonsai yang berkelanjutan.

Dengan demikian, model pemberdayaan yang diterapkan membuktikan bahwa integrasi antara peningkatan keterampilan teknis, penguatan kapasitas kewirausahaan, dan pendekatan ekonomi kreatif mampu mendorong terbentuknya *creative entrepreneurship*, menciptakan peluang usaha berbasis potensi lokal, serta berkontribusi terhadap peningkatan kemandirian ekonomi masyarakat. Model ini memiliki potensi untuk direplikasi pada komunitas lain yang memiliki karakteristik serupa sebagai salah satu strategi pengembangan ekonomi kreatif yang inklusif, inovatif, dan berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Sebelas Maret yang telah memberikan dukungan pendanaan melalui Program Hibah Pengabdian kepada Masyarakat Tahun Anggaran 2026 dengan Nomor Perjanjian Penugasan Pengabdian 463/UN27.22/PT.01.03/2026. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Komunitas RumahKu Boyolali sebagai mitra kegiatan atas kerja sama dan partisipasi aktif selama pelaksanaan program, serta kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam menyukseskan kegiatan pengabdian ini.

DAFTAR RUJUKAN

- Aksari Anindyntha, F., Sulistyono, S. W., Pembangunan, E., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2022a). Peningkatan Ekonomi Masyarakat Di Era Pandemi Covid-19 Melalui Pendampingan Pada Komunitas Bonsai Malang. *Journal Of Economic And Social Empowerment* , 2(2), 59–70. <https://doi.org/10.22219/joesment.v2i01.19521>
- Brown, M. E., & Stalker, K. C. (2021). Assess Connect Transform In Our Neighborhood: A Framework For Engaging Community Partners In Community-Based Participatory Research Designs. *Action Research*, 19(2), 372–392. <https://doi.org/10.1177/1476750318789484>

- Crowley, F., & Barlow, P. (2022). Entrepreneurship And Social Capital: A Multi-Level Analysis. *International Journal Of Entrepreneurial Behavior & Research*, 28(9), 492–519. <https://doi.org/10.1108/ijebr-10-2021-0868>
- Dowin Kennedy, E. (2021). Creating Community: The Process Of Entrepreneurial Community Building For Civic Wealth Creation. *Entrepreneurship & Regional Development*, 33(9–10), 816–836. <https://doi.org/10.1080/08985626.2021.1964612>
- Fouché, E., & Brent, A. (2020). Explore, Design And Act For Sustainability: A Participatory Planning Approach For Local Energy Sustainability. *Sustainability* 2020, Vol. 12, Page 862, 12(3), 862. <https://doi.org/10.3390/su12030862>
- Gouvea, R., Kapelianis, D., Montoya, M. J. R., & Vora, G. (2021). The Creative Economy, Innovation And Entrepreneurship: An Empirical Examination. *Creative Industries Journal*, 14(1), 23–62. <https://doi.org/10.1080/17510694.2020.1744215>
- Hinsley, A., Hughes, A. C., Van Valkenburg, J., Stark, T., Van Delft, J., Sutherland, W., & Petrovan, S. O. (2025). Understanding The Environmental And Social Risks From The International Trade In Ornamental Plants. *Bioscience*, 75(3), 222–239. <https://doi.org/10.1093/biosci/biae124>
- Imanda, R. P., Sabrina, H. N., Ilham, M. Z., Padil, W. F., Dandy, D. I., & Mardiana, S. (2025). Analisis Aspek Eksternal Dan Internal Manajemen Strategis Umkm Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis: Studi Kasus Pada Umkm Bebi Bonsai. *Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 1(3), 637–652. <https://doi.org/10.63822/26hdhr20>
- Ivankova, N. V. (2017). Applying Mixed Methods In Community-Based Participatory Action Research: A Framework For Engaging Stakeholders With Research as a Means for Promoting Patient-Centredness. *Journal Of Research in Nursing*, 22(4), 282–294. <https://doi.org/10.1177/1744987117699655>
- Mackenzie, J., Tan, P. L., Hoverman, S., & Baldwin, C. (2012). The Value And Limitations Of Participatory Action Research Methodology. *Journal Of Hydrology*, 474, 11–21. <https://doi.org/10.1016/j.jhydrol.2012.09.008>
- Morgan, J., Taylor, T., Nolan, S., Blais, A., Cywink, S. L., Duguay, J. M.,

- Gibbons, T. A., Maxwell, S., Marsh, S., Pratt, M., & Glegg, S. (2025). Capacity Building And Creating Supportive Environments For Inclusive Community-Based Participatory Research: A Case Study Of The Overdose Prevention Peer Research Assistant (Oppra) Project. *International Journal of Qualitative Methods* , 24. <https://doi.org/10.1177/16094069251361077>
- Muna, A., Ausat, A., Al Bana, T., & Gadzali, S. S. (2023). Basic Capital of Creative Economy: The Role of Intellectual, Social, Cultural, And Institutional Capital. *Apollo: Journal Of Tourism and Business*, 1(2), 42–54. <https://doi.org/10.58905/apollo.v1i2.21>
- Nasution, N., Shifa, M., Chandra, R. F., Muarif, M. R., & Dharmawan, D. (2026). Analysis Of Creative Economy Development Model In Supporting Economic Growth. *International Journal Of Education, Social Studies, And Management (Ijessm)*, 6(1), 56–65. <https://doi.org/10.52121/ijessm.V6i1.985>
- Phillip, E., Walsh, A., Jewitt, S., Conroy, R. M., & Stanistreet, D. (2025). Impact Of Community-Based Participatory Research On Capacity Building: Findings From A Household And Ambient Air Project. *Sustainable Futures*, 10, 101139. <https://doi.org/10.1016/j.sftr.2025.101139>
- Prom-Wormley, E. C., Ilyas, F., Wilson, D., Gregory, D., Scott, A., Willaford, P., Fritz, L., Towles, J., Broidy, D., Frye, H., Carrington, S., Kenney, B., Taylor, S., Usidame, B., Seeley, R., Popovich, A., & Newbille, C. (2020). A Participatory Group Process Within A Health Collaborative To Collect And Disseminate Needs Assessment Data. *Progress In Community Health Partnerships : Research, Education, And Action*, 14(3), 285–297. <https://doi.org/10.1353/cpr.2020.0034>
- Ruszczzyk, H. A., Upadhyay, B. K., Kwong, Y. M. (Connie), Khanal, O., Bracken, L. J., Pandit, S., & Bastola, R. (2020). Empowering Women Through Participatory Action Research In Community-Based Disaster Risk Reduction Efforts. *International Journal Of Disaster Risk Reduction*, 51, 101763. <https://doi.org/10.1016/j.ijdrr.2020.101763>
- Sains, R., Sains Stiper Amuntai, J., Dewi Oryza Sativa, R., Yuliana Rahmawati, R., & Salva Maynina, Dan. (2026). Analisis Pendapatan Dan Kelayakan Usaha Tani Bonsai Serut Dengan Sistem Integrasi Ternak Desa Ngunggahan Bandung Tulungagung. *Rawa Sains:*

- Jurnal Sains Stiper Amuntai*, 31–36.
<https://doi.org/10.36589/rs.v16i1.325>
- Saputra, E., Aidilof, H. A. K., Qardawi, M. Y., & Al-Shahzam, Mohd. H. (2025). Pembudidayaan Bonsai Untuk Mengurangi Kemiskinan Di Desa Uteunkot Lhokseumawe. *Jurnal Malikussaleh Mengabdi*, 4(2), 445–457. <https://doi.org/10.29103/jmm.v4i02.24760>
- Shadowen, N. L., Guerra, N. G., Beveridge, R., & Mccoy, E. K. (2020). A Resilient Research Approach: Using Community-Based Participatory Action Research In A Rural Area of India. *Journal Of Community Psychology*, 48(8), 2491–2503. <https://doi.org/10.1002/jcop.22429>
- Susanti, R., & Silvia, E. D. (2024). Integrating Creative Economy in The National Sustainable Development Plan. *Yume: Journal Of Management*, 7(3), 1655–1664. <https://doi.org/10.37531/yum.v7i3.7983>
- Wildan Johansyach, M., Wahyu Abadi, T., Febriana, P., Studi Ilmu Komunikasi, P., Bisnis Hukum Dan Ilmu Sosial, F., Muhammadiyah Sidoarjo, U., & Timur, J. (2024). Pendampingan Pengelolaan Media Sosial Bagi Pelaku Usaha Umkm Tanaman Hias Bonsai. *Jurnal Abdimas Madani Dan Lestari (Jamali)*, 06, 46–52. <https://doi.org/10.20885/jamali.vol6.iss1.art6>
- Winanti, Supiana, N., Ligawati, Waruwu, H., Iskandar, J., Basuki, S., Maqin, S., Kamar, K., Alfariz, K. H., & Yusuf. (2024). Workshop On Fostering An Entrepreneurial Spirit Among Young Generations In The Bonsai Thematic Village, Tangerang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 500–505. <https://doi.org/10.32815/jpm.V5i2.1637>
- Wiratiwi, V., Wiratiwi, V. M., & Afifah, R. (2024). Sustainable Cultural Tourism: Peningkatan Ekonomi Kreatif Masyarakat Pasca Pandemi Pada Ruang Terbuka Hijau Publik Di Kota Yogyakarta. *Lintas Ruang: Jurnal Pengetahuan Dan Perancangan Desain Interior*, 12(2), 100–111. <https://doi.org/10.24821/lintas.V12i2.13929>
- Xie, G. H., Wang, L. P., & Lee, B. F. (2021). Understanding The Impact Of Social Capital on Entrepreneurship Performance: The Moderation Effects of Opportunity Recognition And Operational Competency. *Frontiers In Psychology*, 12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.687205>