

## PEMBERDAYAAN UMKM MELALUI PENGUATAN FILOSOFI HANTARAN PERNIKAHAN DI ERA DIGITAL

Ustadus Sholihin<sup>a,\*</sup>, Ririn Wahyu Arida<sup>a, b</sup>, Rike Selviasari<sup>b</sup>

<sup>a</sup> Universitas Islam Kadiri

Jl. Sersan Suharmaji No.38, Manisrenggo, Kec. Kota, Kota Kediri, Indonesia

\* email : [ustadussholihin@uniska-kediri.ac.id](mailto:ustadussholihin@uniska-kediri.ac.id)

Info Artikel	Abstrak
<p><b>DOI :</b>  <a href="https://doi.org/10.26751/jai.v7i2.2923">https://doi.org/10.26751/jai.v7i2.2923</a></p> <p><b>Article history:</b>                      Received 2025-06-03                      Revised 2025-07-24                      Accepted 2025-09-29</p> <p><b>Keywords:</b>                      Hantaran, Media Sosial, MSMEs, Social Media, UMKM Delivery</p> <p><b>Keywords :</b>                      Delivery, Social Media, MSMEs, Social Media, UMKM Delivery</p>	<p>Pelaku UMKM di sektor hantaran pernikahan menghadapi tantangan dalam mengintegrasikan nilai budaya lokal dengan keterampilan teknis dan strategi promosi digital. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan keterampilan merangkai hantaran, memperkuat pemahaman filosofis simbolik tradisi, serta membekali peserta dengan kemampuan promosi di media sosial. Pendekatan PKM yang digunakan menggunakan pendekatan partisipatif dan kolaboratif yang mengedepankan keterlibatan aktif peserta dalam setiap tahapan kegiatan. Kegiatan dilaksanakan selama dua hari, 18–19 April 2025, di Kediri, Jawa Timur, dengan 200 peserta. Dari jumlah tersebut, 33 peserta dipilih berdasarkan keaktifan sebagai pelaku usaha hantaran pernikahan; setiap kota mengirimkan tiga perwakilan untuk mengikuti sesi praktik langsung. Materi mencakup workshop merangkai hantaran, diskusi filosofi dan makna simbolik, serta pelatihan promosi digital. ( Instrumen yang digunakan berupa <b>Kuesioner Evaluasi Perubahan Pengetahuan dan Keterampilan Peserta</b> serta <b>Form Observasi Pra-Pelatihan dan Form Observasi hasil Pelatihan Merangkai Hantaran Pernikahan</b>. Analisis data menggunakan uji Wilcoxon menunjukkan peningkatan signifikan pada pemahaman dan keterampilan. Pada aspek pengetahuan, proporsi peserta yang mencapai kategori baik meningkat dari 9,09% menjadi 94,95% (<math>Z = -5,501</math>; <math>p &lt; 0,000</math>). Kegiatan ini efektif meningkatkan kompetensi pelaku UMKM hantaran pernikahan. Rekomendasi diarahkan pada replikasi program berbasis budaya lokal di berbagai daerah, dengan kemitraan lintas pemangku kepentingan.</p> <p style="text-align: center;"><i>Abstract</i></p> <p><i>Small and Medium Enterprises (SMEs) operating in the wedding gift sector face challenges in integrating local cultural values with technical skills and digital promotion strategies. This community service activity aims to enhance the skills of floral arrangement, strengthen the philosophical understanding of symbolic traditions, and equip participants with promotional capabilities on social media. The approach employed in this community service initiative is participatory and collaborative, emphasising the active involvement of participants at every stage of the activities. The event was conducted over two days, from 18 to 19 April 2025, in Kediri, East Java, with a total of 200 participants. Among these, 33 participants were selected based on their active engagement as wedding gift entrepreneurs; each city sent three representatives to partake in the practical sessions. The materials covered included workshops on floral arrangement, discussions on philosophy and symbolic meaning, as well as training on digital promotion. The instruments utilised comprised an Evaluation</i></p>

*Questionnaire on Changes in Participants' Knowledge and Skills, along with Pre-Training and Post-Training Observation Forms for the Wedding Gift Arrangement Training. Data analysis employing the Wilcoxon test indicated a significant improvement in understanding and skills. In terms of knowledge, the proportion of participants achieving a 'good' category increased from 9.09% to 94.95% ( $Z = -5.501$ ;  $p < 0.000$ ). This initiative effectively enhanced the competencies of SMEs in the wedding gift sector. Recommendations are directed towards the replication of culturally-based programs in various regions, in partnership with multiple stakeholders.*

*This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license.*

## I. PENDAHULUAN

Dalam era digital yang semakin kompetitif, pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dituntut untuk tidak hanya memiliki keterampilan teknis, tetapi juga mampu mengelola nilai budaya lokal sebagai kekuatan identitas produk dan strategi pemasaran. Salah satu bentuk budaya lokal yang memiliki nilai filosofis dan ekonomi adalah tradisi merangkai hantaran dalam prosesi pernikahan (Firdaus, 2022). Sayangnya, meskipun tradisi ini masih lestari secara fisik, banyak pelaku usaha yang menjalankannya tanpa pemahaman yang memadai terhadap nilai-nilai simbolik dan filosofi yang terkandung di dalamnya. Selain itu, keterbatasan dalam kemampuan inovatif, strategi pengemasan, dan pemanfaatan media sosial membuat pelaku UMKM hantaran sulit bersaing di pasar yang lebih luas (Malik et al., 2024; Nastiti et al., 2024). Jika permasalahan ini tidak ditangani, maka potensi besar dari tradisi hantaran sebagai warisan budaya yang bernilai ekonomi dapat tergerus oleh arus modernisasi, sekaligus menghilangkan makna filosofis yang terkandung di dalamnya (Rahmatain Imam Baihaqi et al., 2023).

Fenomena ini menunjukkan bahwa terdapat kesenjangan antara keterampilan teknis yang dimiliki pelaku usaha dan pemahaman mendalam tentang filosofi serta strategi promosi digital. Data lapangan menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM hantaran belum terlatih dalam merangkai hantaran secara estetik dan filosofis, serta belum memanfaatkan media digital sebagai alat promosi. Intervensi sebelumnya umumnya bersifat parsial hanya

berfokus pada aspek estetika atau teknis tanpa integrasi nilai budaya dan teknologi. Oleh karena itu, diperlukan program pengabdian masyarakat yang mampu menjawab ketiga aspek sekaligus: keterampilan merangkai hantaran, pemahaman filosofis, dan kemampuan promosi digital (Kiromah & Nuryami, 2024).

Meskipun tradisi merangkai hantaran telah mengakar kuat dalam budaya masyarakat Jawa, terutama dalam konteks pernikahan, sayangnya praktik ini sering kali dilakukan hanya sebagai formalitas tanpa pemahaman yang utuh terhadap nilai-nilai simbolik dan filosofi yang terkandung di dalamnya. Di sisi lain, banyak pelaku UMKM yang bergerak di bidang jasa hantaran masih menghadapi kendala dalam hal pengemasan yang menarik, inovasi desain, serta keterbatasan akses terhadap pelatihan digital untuk promosi produk mereka secara lebih luas. Kurangnya integrasi antara keterampilan teknis, pemahaman budaya, dan strategi pemasaran digital menciptakan kesenjangan dalam pengembangan usaha berbasis tradisi. Jika permasalahan ini tidak segera ditangani, maka pelaku UMKM hantaran akan semakin tertinggal dalam persaingan pasar, kehilangan daya saing produk, serta berpotensi melunturkan nilai-nilai budaya yang terkandung dalam tradisi hantaran pernikahan. Ketidaksiapan dalam aspek digital juga dapat menghambat ekspansi usaha dan membatasi peluang ekonomi kreatif yang berkelanjutan di tengah era transformasi digital.

Selama ini, intervensi yang dilakukan masih bersifat terbatas dan belum terstruktur secara komprehensif, seperti pelatihan teknis

sederhana dan partisipasi dalam pameran lokal. Namun, kegiatan ini belum secara sistematis menggabungkan aspek pemaknaan budaya dengan strategi digital. Oleh karena itu, diperlukan sebuah pendekatan edukatif yang terpadu dan terukur melalui pelatihan yang menggabungkan keterampilan teknis, pemahaman filosofis, serta kemampuan promosi digital, dengan evaluasi yang dilakukan melalui pre-test dan post-test menggunakan instrumen observasi dan kuesioner.

Oleh karena itu, diperlukan sebuah intervensi edukatif dan praktis yang mampu menjawab kebutuhan pelaku hantaran secara menyeluruh, baik dalam aspek keterampilan, pemaknaan budaya, maupun pemanfaatan teknologi sebagai alat pemberdayaan ekonomi kreatif (Ibrahim, 2024)

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh IPHI (Ikatan Pembuat Hantaran Indonesia) Pancawati DPC Kediri menjawab kebutuhan ini dengan mengintegrasikan ketiganya dalam bentuk pelatihan terpadu. Kegiatan ini tidak hanya memberikan pelatihan teknis dalam merangkai hantaran, tetapi juga memberikan pemahaman filosofis atas makna simbolik dari setiap elemen hantaran, serta membekali peserta dengan keterampilan digital untuk mempromosikan hasil karyanya melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok (Maratussholihah et al., 2024). Kebaruan (novelty) dari kegiatan ini terletak pada pendekatan holistik yang menggabungkan pelestarian budaya lokal dengan strategi pemberdayaan berbasis teknologi digital, sesuatu yang belum banyak dilakukan dalam program pengabdian masyarakat sebelumnya. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya berdampak pada peningkatan keterampilan, tetapi juga memperkuat identitas budaya, memperluas jaringan pemasaran, dan membuka peluang ekonomi baru berbasis tradisi (Agung et al., 2024).

Implikasi dari kegiatan ini sangat signifikan, tidak hanya bagi pemberdayaan pelaku UMKM di sektor hantaran, tetapi juga bagi perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam ranah studi kebudayaan,

pendidikan nonformal, dan kewirausahaan berbasis kearifan lokal. Menurut Elsap et al., (2024) Hasil pelatihan ini menunjukkan bahwa integrasi antara nilai budaya dan teknologi digital dapat menjadi strategi efektif dalam mengembangkan ekonomi kreatif yang berbasis pada potensi lokal. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian ini diharapkan menjadi model percontohan bagi program serupa di daerah lain yang memiliki potensi tradisi lokal serupa (Hartanti et al., 2025).

Tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk **meningkatkan keterampilan teknis peserta dalam merangkai hantaran secara kreatif dan estetis, memperkuat pemahaman terhadap filosofi simbolik dalam tradisi hantaran, serta membekali peserta dengan kemampuan promosi digital melalui media sosial.**

Dengan tujuan tersebut, kegiatan ini tidak hanya bertujuan untuk melestarikan nilai-nilai budaya lokal, tetapi juga untuk memperkuat daya saing pelaku UMKM bidang hantaran dalam menghadapi tantangan ekonomi modern, khususnya dalam sektor ekonomi kreatif berbasis tradisi. Kegiatan ini dirancang agar peserta mampu menjadikan keterampilan hantaran sebagai peluang usaha mandiri yang bernilai jual tinggi dan memiliki daya tarik pasar yang luas di era digital. (Purnanengsi Mas et al., 2023); (Indriani, 2025).

## II. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif dan kolaboratif yang mengedepankan keterlibatan aktif peserta dalam setiap tahapan kegiatan. Model ini dipadukan dengan pendekatan edukatif dan pemberdayaan, di mana peserta tidak hanya menerima pelatihan teknis, tetapi juga diajak untuk memahami nilai-nilai filosofis budaya lokal serta mengembangkan keterampilan promosi digital secara aplikatif. Pendekatan ini bertujuan menciptakan kemandirian pelaku UMKM melalui peningkatan kapasitas individu dan kolektif berbasis potensi lokal. Kegiatan ini

dilaksanakan oleh IPHI (Ikatan Pembuat Hantaran Indonesia) Pancawati DPC Kediri dalam bentuk Workshop Merangkai Hantaran, filosofi dan makna simbolik dari masing-masing bentuk hantaran dan Pelatihan Promosi Digital, sebagai bagian dari kegiatan Halal Bihalal IPHI (Ikatan Pembuat Hantaran Indonesia) Pancawati DPD Jawa Timur. Kegiatan berlangsung selama dua hari pada tanggal 18–19 April 2025 di sebuah gedung pertemuan di Kota Kediri, Jawa Timur.

Sasaran dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah para pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang bergerak di bidang jasa hantaran, dengan cakupan peserta berasal dari berbagai daerah di Provinsi Jawa Timur, antara lain Jember, Malang, Surabaya, Sidoarjo, Jombang, Magetan, Madiun, dan Kediri sebagai tuan rumah kegiatan. Adapun kriteria inklusi yang ditetapkan mencakup individu yang merupakan anggota aktif IPHI (Ikatan Pembuat Hantaran Indonesia) atau pelaku usaha hantaran yang sudah menjalankan usaha sejenis, memiliki minat yang kuat untuk meningkatkan keterampilan teknis merangkai hantaran, filosofi dan makna simbolik dari masing-masing bentuk hantaran dan literasi digital promosi produk, serta bersedia mengikuti seluruh rangkaian workshop secara penuh dari awal hingga akhir. Jumlah peserta yang terdaftar dalam kegiatan ini mencapai kurang lebih 200 peserta. Dari jumlah tersebut, sebanyak 33 peserta terpilih mengikuti sesi praktik merangkai hantaran secara langsung dengan bimbingan fasilitator, sementara peserta lainnya menyimak dan menyaksikan jalannya praktik secara langsung sebagai bagian dari proses pembelajaran observasional. Pembagian ini dilakukan untuk menjaga efektivitas pelatihan dan memungkinkan pendampingan yang lebih intensif selama sesi praktik teknis.

Tahapan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diawali dengan tahap koordinasi dan perencanaan yang meliputi pelaksanaan rapat panitia, penentuan lokasi, materi dan fasilitator, serta publikasi kegiatan kepada anggota IPHI (Ikatan Pembuat

Hantaran Indonesia) dan masyarakat umum. Setelah proses persiapan selesai, kegiatan dilaksanakan dalam dua hari, yaitu pada tanggal 18 dan 19 April 2025. Hari pertama diisi dengan kegiatan edukatif berupa kunjungan wisata budaya ke kawasan Gunung Kelud, Kediri, yang bertujuan untuk membangun solidaritas antar peserta sekaligus mengenalkan potensi wisata lokal. Pada hari kedua, dilaksanakan inti kegiatan berupa workshop merangkai hantaran yang mencakup praktik langsung merangkai berbagai model hantaran seperti gula-kopi, sajadah-mukena, tas-sepatu, pisang, serta wajik-jadah. Selanjutnya, peserta mendapatkan materi mengenai filosofi dan makna simbolik dari masing-masing bentuk hantaran melalui sesi ceramah dan diskusi interaktif. Sebagai penutup, dilakukan pelatihan promosi digital yang mencakup teknik dasar fotografi produk, penulisan caption yang menarik, penggunaan tagar yang relevan, dan cara publikasi hasil karya ke platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok. Tahapan kegiatan ini dirancang secara sistematis untuk mengintegrasikan penguatan keterampilan teknis, pemahaman budaya lokal, dan kemampuan promosi digital sebagai upaya pemberdayaan UMKM berbasis tradisi.

Kegiatan utama dalam program pengabdian ini berlangsung selama satu hari penuh, dimulai pukul 08.00 WIB hingga selesai. Seluruh rangkaian kegiatan dibagi ke dalam tiga sesi utama, yaitu sesi praktik merangkai hantaran, sesi penyampaian filosofi simbolik, dan sesi pelatihan promosi digital. Masing-masing sesi dialokasikan waktu sekitar dua jam, sehingga peserta memiliki cukup waktu untuk memahami materi, berlatih secara langsung, serta berdiskusi secara aktif. Pembagian sesi ini dirancang untuk memberikan pengalaman pembelajaran yang terstruktur, seimbang antara teori dan praktik, serta efektif dalam mencapai tujuan peningkatan kapasitas peserta.

Dalam kegiatan workshop merangkai hantaran ini, berbagai alat, bahan, dan media pendukung disiapkan guna menunjang kelancaran pelaksanaan serta pencapaian



tujuan pembelajaran yang optimal. Alat dan bahan utama yang digunakan dalam sesi praktik merangkai hantaran meliputi keranjang atau wadah hantaran, kain tile dan satin sebagai pelapis dekoratif, pita berbagai warna dan ukuran, serta bunga hias (baik artificial maupun segar) untuk mempercantik tampilan. Selain itu, disediakan bahan-bahan simbolik sesuai jenis hantaran yang akan dirangkai, seperti gula pasir, kopi (bubuk atau biji), pisang raja, wajik dan jadah ketan, seperangkat mukena dan sajadah, tas dan sepatu wanita, pakaian dalam, serta baju gamis. Semua bahan tersebut dipilih tidak hanya berdasarkan fungsi estetika, tetapi juga atas dasar makna simbolik dan filosofi budaya yang terkandung di dalamnya, sehingga peserta dapat memahami nilai yang melekat pada tiap rangkaian hantaran.

Untuk menunjang penyampaian materi dan dokumentasi kegiatan, digunakan media pendukung seperti laptop dan LCD proyektor untuk presentasi, kamera ponsel untuk dokumentasi dan latihan fotografi produk, serta koneksi internet guna mendukung proses unggah konten ke platform digital. Selain itu, setiap peserta diarahkan untuk menggunakan akun media sosial pribadi (Instagram, Facebook, dan TikTok) sebagai media praktik promosi digital hasil karya yang telah mereka buat. Kehadiran media digital ini menjadi komponen penting dalam menyelaraskan keterampilan tradisional dengan kebutuhan promosi modern.

Seluruh kegiatan dilaksanakan dengan pendekatan metode demonstratif, partisipatif, interaktif, dan aplikatif. Metode demonstratif digunakan dalam sesi pelatihan teknis dengan menampilkan langsung cara merangkai hantaran oleh fasilitator. Metode partisipatif dan interaktif diterapkan melalui diskusi kelompok serta studi kasus makna filosofis hantaran, yang mendorong peserta untuk terlibat aktif dan berbagi pengalaman. Sedangkan pendekatan aplikatif diwujudkan dalam bentuk praktik langsung dan publikasi karya ke media sosial sebagai bentuk implementasi keterampilan dan strategi promosi yang diajarkan. Integrasi antara alat, bahan, media pendukung, dan metode pelatihan ini dirancang untuk menciptakan

pengalaman belajar yang menyeluruh, menyenangkan, dan berdampak langsung pada peningkatan kapasitas pelaku UMKM di bidang jasa hantaran.

Variabel yang diukur dalam kegiatan ini mencakup tiga aspek utama, yaitu peningkatan keterampilan teknis merangkai hantaran, pemahaman terhadap filosofi dan makna simbolik hantaran sebagai bagian dari budaya lokal, serta kemampuan memanfaatkan media sosial untuk promosi produk. Pengukuran dilakukan untuk menilai perubahan pemahaman, pengetahuan, dan keterampilan peserta dalam aspek teknis merangkai hantaran, pemaknaan filosofis, serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi, digunakan instrumen evaluasi berupa Lembar Observasi Penilaian Pemahaman, Pengetahuan, dan Keterampilan Peserta Pelatihan Hantaran dan Promosi Digital yang disusun oleh tim pelaksana berdasarkan pendekatan evaluasi pendidikan (Sugiyono, 2018). Instrumen ini merujuk pada Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Sugiyono, 2018) serta mengacu pada kriteria penilaian yang ditelaah oleh ahli materi, sehingga memenuhi validitas isi meskipun uji reliabilitas statistik tidak dilakukan karena keterbatasan jumlah peserta.

Instrumen terdiri atas 10 butir pertanyaan pada setiap aspek pemahaman, pengetahuan, dan keterampilan dengan skala observasi 1–5 (1 = Sangat Kurang (tidak memahami/ tidak mampu sama sekali), 2 = Kurang (pemahaman terbatas/ keterampilan belum memadai), 3 = Cukup (pemahaman dan keterampilan dasar sudah terlihat tetapi belum konsisten), 4 = Baik (mampu memahami dan mempraktikkan dengan benar meskipun masih ada sedikit kekurangan), 5 = Sangat Baik (mampu memahami secara penuh dan mempraktikkan dengan sangat tepat serta mandiri). Pertanyaan diberikan dalam sesi pre-test dan post-test melalui bentuk lisan maupun praktik langsung, kemudian dinilai oleh fasilitator. Skor hasil observasi dikonversi ke dalam rentang nilai 0–100 dan diklasifikasikan ke dalam tiga kategori, yaitu <60: Kurang Memahami, 60–

79: Cukup Memahami, dan 80–100: Sangat Memahami (Arikunto, 2013).

Selanjutnya, analisis data dilakukan menggunakan Wilcoxon Signed-Rank Test untuk mengukur signifikansi perbedaan skor antara sebelum dan sesudah pelatihan. Uji ini dipilih karena data bersifat ordinal, jumlah sampel terbatas, serta tidak berdistribusi normal (Ghozali, 2018). Nilai Z yang dihasilkan dapat bernilai negatif maupun positif tergantung pada arah perubahan. Nilai Z negatif menunjukkan bahwa skor post-test lebih tinggi dibandingkan pre-test, yang mengindikasikan adanya peningkatan; sedangkan nilai Z positif menunjukkan skor post-test lebih rendah, yang mengindikasikan penurunan. Interpretasi tingkat signifikansi didasarkan pada nilai p, di mana  $p < 0,05$  menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan secara statistik, sedangkan  $p \geq 0,05$  berarti tidak terdapat perbedaan yang bermakna. Dengan demikian, penggunaan Wilcoxon memperkuat hasil evaluasi dengan menggabungkan pendekatan kuantitatif dan observasional sehingga memberikan gambaran menyeluruh terhadap efektivitas pelatihan.

Selain itu, dilakukan observasi langsung selama workshop guna menilai partisipasi aktif, kemampuan praktik, dan penerapan materi. Instrumen tambahan berupa lembar refleksi peserta dan dokumentasi karya (foto/video) digunakan untuk memperkuat analisis, termasuk unggahan di media sosial yang mencerminkan penerapan keterampilan promosi digital. Meskipun tidak menggunakan kuesioner standar teruji, pendekatan observasi terstruktur dan analisis kualitatif telah memberikan gambaran yang utuh terhadap dampak program dalam peningkatan kapasitas peserta.

Analisis data dalam kegiatan ini dilakukan secara deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Secara kualitatif, analisis didasarkan pada hasil observasi selama pelatihan, kualitas produk hantaran peserta, partisipasi dalam diskusi filosofi, serta aktivitas publikasi di media sosial yang mencakup jumlah unggahan, kualitas caption, dan respons audiens. Secara kuantitatif, digunakan uji Wilcoxon untuk menganalisis perbedaan

hasil pre-test dan post-test guna menilai peningkatan keterampilan teknis merangkai hantaran, pemahaman filosofi budaya, dan kemampuan promosi digital peserta. Pendekatan ini memberikan gambaran komprehensif mengenai dampak kegiatan terhadap peningkatan kapasitas UMKM kelompok hantaran.

Berikut merupakan tahapan pelaksanaan program yang telah dirancang secara sistematis untuk mencapai tujuan pemberdayaan UMKM berbasis filosofi hantaran dan pemanfaatan media sosial. Setiap tahap disusun mulai dari identifikasi masalah hingga pencapaian dampak, dengan rincian sebagai berikut:

1. Identifikasi Masalah & Potensi Pelaku Hantaran IPHI Jatim.
2. Penyusunan Proposal & Persetujuan
3. Persiapan Pelaksanaan Program Rapat koordinasi-Pembuatan flyer
4. Pelaksanaan Program 18- 19 April 2025 - Ruang Joyoboyo Lt. 2, Pemkot Kediri.
5. Metode Partisipatif - Interaktif – Aplikatif. (Workshop Hantaran, Filosofi Hantaran, dan Media Sosial).
6. Hasil Uji Wilcoxon -Evaluasi
7. Dampak Peningkatan pemberdayaan UMKM melalui penguatan filosofi hantaran dan media sosial.

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan rencana pelatihan yang telah disusun, pelaksanaan pelatihan dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Workshop Merangkai Hantaran dengan Berbagai Bentuk.

Workshop merangkai hantaran dengan berbagai bentuk ini dilaksanakan secara langsung dengan metode demonstrasi dan praktik mandiri. Kegiatan diawali dengan pengantar materi oleh fasilitator mengenai prinsip dasar estetika dalam merangkai hantaran, pemilihan warna, serta teknik penataan yang menarik. Selanjutnya, fasilitator atau pemandu memberikan instruksi dan demonstrasi teknis cara

merangkai berbagai jenis hantaran sesuai model yang telah ditentukan, antara lain: hantaran gula dan kopi, sajadah dan mukena, tas dan sepatu, pisang, wajik dan jadah, seperangkat perhiasan, serta seperangkat pakaian dalam. Masing-masing model ditunjukkan cara penataan dan pengemasannya agar tampil menarik, elegan, dan tetap fungsional. Setelah demonstrasi, peserta diberi kesempatan untuk mempraktikkan langsung satu model hantaran sesuai arahan, dengan bahan dan alat yang telah disiapkan oleh panitia. Fasilitator mendampingi setiap peserta selama praktik, memberikan bimbingan dan umpan balik agar hasil rangkaian sesuai dengan teknik yang telah diajarkan. Kegiatan ditutup dengan sesi presentasi hasil karya oleh peserta, diskusi evaluatif, dan refleksi bersama untuk menumbuhkan ide serta kreativitas lanjutan dalam merangkai hantaran, yang dapat menjadi peluang usaha mandiri ke depannya.



**Gambar 1.** Praktek merangkai hantaran berbagai model.

## 2. Penjelasan Filosofi Simbol dan Makna Model Hantaran.

Setelah sesi praktik merangkai selesai, kegiatan dilanjutkan dengan penyampaian materi mengenai filosofi dan makna simbolik dari setiap bentuk hantaran yang telah dibuat peserta. Sesi ini disampaikan secara interaktif melalui metode ceramah, diskusi kelompok, dan studi kasus berdasarkan model-model hantaran yang dirangkai selama workshop. Fasilitator menjelaskan bahwa setiap jenis hantaran tidak hanya memiliki nilai estetika, tetapi juga mengandung pesan simbolik yang

berkaitan dengan harapan, doa, dan nilai budaya yang diwariskan secara turun-temurun.

Misalnya, hantaran gula dan kopi melambangkan harapan bahwa kehidupan rumah tangga kelak akan manis dan penuh kehangatan. Sajadah dan mukena mencerminkan nilai spiritualitas dan harapan agar pasangan senantiasa menjaga ibadah serta membangun rumah tangga yang religius. Tas dan sepatu menggambarkan kesiapan melangkah bersama dalam kehidupan baru yang penuh dinamika. Sementara itu, pisang sering dimaknai sebagai simbol kesuburan dan keberlangsungan keturunan, karena buah ini tumbuh beranak-pinak. Wajik dan jadah, sebagai penganan tradisional yang lengket, melambangkan harapan agar pasangan selalu rukun, lengket, dan setia. Seperangkat perhiasan mencerminkan simbol kemuliaan, penghargaan terhadap mempelai perempuan, serta bentuk perlambang nilai dan kasih sayang. Sedangkan seperangkat pakaian dalam menggambarkan kedekatan, kepercayaan, dan kesiapan menjalani kehidupan rumah tangga secara utuh.



**Gambar 2.** Presentasi Filosofi dan makna simbolik hantaran.

Melalui diskusi dan refleksi bersama, peserta diajak untuk menggali makna-makna lokal tersebut sebagai bagian dari upaya pelestarian budaya sekaligus memperkuat nilai simbolik dalam tradisi hantaran. Peserta juga didorong untuk menyampaikan pandangan atau pengalaman pribadi mengenai makna hantaran yang pernah mereka lihat atau terima, sehingga sesi ini menjadi ruang berbagi pengetahuan dan memperkaya pemahaman kultural.



### 3. Publikasi Hasil Karya di Media Sosial (Instagram, Facebook, dan TikTok)

Sebagai tahap akhir dari rangkaian kegiatan workshop, peserta diarahkan untuk mempublikasikan hasil karya hantaran yang telah mereka buat ke platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk memperkenalkan hasil kreativitas peserta kepada khalayak yang lebih luas sekaligus melatih keterampilan promosi digital. Kegiatan diawali dengan pelatihan singkat mengenai teknik dasar fotografi produk (basic product photography), di mana peserta belajar cara mengambil gambar karya dengan pencahayaan yang tepat, komposisi yang menarik, dan latar belakang yang mendukung tampilan estetika produk. Selanjutnya, peserta diberikan panduan tentang cara menulis caption yang informatif dan menarik, termasuk pemilihan kata-kata yang menggugah minat serta relevansi dengan konteks budaya dari hantaran yang dipublikasikan. Selain itu, fasilitator juga menjelaskan cara penggunaan tagar (hashtag) yang efektif untuk meningkatkan jangkauan dan interaksi di media sosial. Setelah pelatihan, peserta langsung mempraktikkan dengan memotret karya masing-masing dan mengunggahnya ke akun media sosial pribadi atau akun bersama yang disiapkan oleh panitia. Kegiatan ini tidak hanya bertujuan untuk menampilkan hasil kreativitas peserta, tetapi juga sebagai sarana belajar memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi dan pemberdayaan ekonomi berbasis budaya lokal.



**Gambar 3.** Unggah hasil ke media sosial.

Untuk mengetahui tingkat pemahaman, pengetahuan, serta daya kreativitas peserta dalam aspek merangkai hantaran, pemahaman terhadap filosofi simbolik hantaran, dan pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi, digunakan standar penilaian berbasis rentang nilai tertentu, yaitu peserta yang memperoleh nilai di bawah 60 dikategorikan sebagai "Kurang Memahami", peserta dengan nilai antara 60 hingga 79 dimasukkan dalam kategori "Cukup Memahami", dan peserta yang meraih nilai antara 80 hingga 100 termasuk dalam kategori "Sangat Memahami"; klasifikasi ini digunakan sebagai dasar evaluasi terhadap efektivitas pelatihan dan peningkatan kompetensi peserta setelah mengikuti rangkaian kegiatan edukatif dan praktik langsung.

**Tabel 1.** Hasil Penilaian Merangkai Hantaran, , Makna Filosofi dan Promosi Media Sosial Pelaku Umkm Hantaran Sebelum Dilakukan Pelatihan.

Tingkat Pemahaman	f	%
Kurang memahami	4	12,12
Cukup memahami	26	78,79
Sangat memahami	3	9,09
Jumlah	33	100

Sumber : data primer, 2025

Berdasarkan hasil evaluasi awal (pre test) yang dilakukan sebelum kegiatan pelatihan,



diperoleh data mengenai tingkat pemahaman, pengetahuan, dan daya kreativitas peserta terhadap kegiatan merangkai hantaran, pemahaman makna filosofis dari setiap model hantaran, serta penggunaan media sosial sebagai sarana promosi produk. Dari total 33 responden yang mengikuti pre test, sebanyak 26 peserta (78,79%) berada dalam kategori Cukup Memahami, yang menunjukkan bahwa mereka telah memiliki pengetahuan awal namun belum sepenuhnya menguasai materi secara mendalam. Sementara itu, 4 peserta (12,12%) termasuk dalam kategori Kurang Memahami, yang mengindikasikan masih rendahnya penguasaan terhadap aspek teknis, filosofis, maupun digital dalam konteks kegiatan hantaran. Hanya 3 peserta (9,09%) yang tergolong dalam kategori Sangat Memahami, yang mencerminkan bahwa sebagian kecil peserta telah memiliki pengalaman atau pemahaman yang kuat sebelum mengikuti pelatihan. Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas peserta berada pada tingkat pemahaman menengah, sehingga pelatihan dirancang untuk meningkatkan kapasitas mereka secara menyeluruh melalui pendekatan praktis, filosofis, dan digital yang integratif dan aplikatif.

**Tabel 2.** Hasil Penilaian Merangkai Hantaran, Makna Filosofi dan Promosi Media Sosial Pelaku Umkm Hantaran Setelah Dilakukan Pelatihan.

Tingkat Pemahaman	(f)	(%)
Cukup memahami	2	6,06
Sangat memahami	31	93,94
Jumlah	33	100

Sumber : data primer, 2025

Hasil evaluasi pascapelatihan menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam tingkat pemahaman, pengetahuan, dan daya kreativitas peserta terhadap keterampilan merangkai hantaran, pemahaman makna filosofis dalam tradisi hantaran, serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi produk. Berdasarkan hasil post test yang diberikan kepada 33 peserta, diperoleh data bahwa sebanyak 31 orang (93,94%) berada dalam kategori Sangat Memahami, sedangkan 2 orang peserta (6,06%) berada dalam kategori Cukup Memahami, dan tidak ada peserta

yang termasuk dalam kategori Kurang Memahami. Hasil ini menunjukkan bahwa pelatihan yang diberikan melalui pendekatan praktis dan partisipatif mampu meningkatkan kompetensi peserta secara menyeluruh, baik dari segi keterampilan teknis dalam merangkai hantaran yang bernilai estetis, pemahaman terhadap makna simbolik dan nilai budaya lokal yang terkandung dalam setiap jenis hantaran, maupun keterampilan digital dalam mengelola media sosial sebagai media promosi. Peningkatan ini menjadi indikator keberhasilan program pengabdian masyarakat dalam memberdayakan pelaku UMKM berbasis budaya, sekaligus memperkuat kapasitas mereka untuk bersaing di era ekonomi digital melalui penguasaan keterampilan tradisional yang dikombinasikan dengan teknologi modern.

**Tabel 3.** Hasil Perhitungan Wilcoxon sign rank test abnormal Penilaian Keterampilan Hantaran, Pemahaman Filosofi dan Kemampuan Promosi Media Sosial Pelaku UMKM Hantaran Sebelum dan Sesudah Dilakukan Pelatihan

Variabel	Z-Statistic	Asymp . Sig. (2-tailed)	Keterangan
Keterampilan Hantaran (Psikomotorik)	-5.019	0,000	Peningkatan signifikan
Pemahaman Filosofi (Kognitif)	-5.051	0,000	Peningkatan signifikan
Kemampuan Promosi (Afektif)	-5.016	0,000	Peningkatan signifikan
N			33
Ties			0
Negative ranks			0
Positive ranks			33
Mean rank (Positive)			17,00
Sum of Ranks (Positive)			561,00

Sumber : Out put uji Wilcoxon, 2025

Berdasarkan hasil uji Wilcoxon, ketiga variabel yang dianalisis menunjukkan adanya **peningkatan signifikan** setelah pelaksanaan kegiatan PKM. Nilai *Z-Statistics* yang negatif

dengan *Asymp. Sig.* 0,000 ( $<0,05$ ) pada semua variabel menegaskan bahwa terdapat perbedaan yang nyata antara kondisi sebelum dan sesudah pelatihan.

Keterampilan Hantaran (Psikomotorik). Nilai Z-Statistics sebesar -5.019 dengan signifikansi 0,000 menunjukkan peningkatan signifikan keterampilan peserta dalam merangkai hantaran. Peserta kini mampu membuat produk yang lebih rapi, kreatif, dan menarik sehingga lebih memikat konsumen. Peningkatan ini tidak hanya terlihat dari hasil akhir produk, tetapi juga dari proses kerja yang lebih terstruktur. Peserta semakin berani berinovasi dengan desain hantaran baru sesuai kebutuhan pasar. Unsur estetika dan nilai seni semakin diperhatikan sehingga produk memiliki ciri khas tersendiri. Produk yang dihasilkan lebih kompetitif dibandingkan produk sejenis di pasaran. Keterampilan yang meningkat juga memberi peluang untuk menetapkan harga sesuai kualitas. Selain itu, peserta merasa lebih percaya diri dalam menawarkan produk mereka. Produk hantaran tidak hanya bernilai ekonomis, tetapi juga mencerminkan identitas budaya lokal. Dengan demikian, peningkatan psikomotorik menjadi modal penting bagi keberlanjutan UMKM hantaran.

Pemahaman Filosofi (Kognitif) Nilai Z-Statistics sebesar -5.051 dengan signifikansi 0,000 menunjukkan adanya peningkatan signifikan pemahaman filosofi. Peserta semakin memahami makna simbolis dan nilai budaya di balik rangkaian hantaran. Produk tidak lagi dipandang sekadar barang, tetapi juga sarana penyampaian pesan budaya. Pengetahuan ini menjadi diferensiasi yang membedakan produk UMKM dari pesaing. Konsumen memperoleh nilai tambah ketika membeli produk yang sarat makna. Peserta merasa bangga melestarikan budaya lokal melalui usaha hantaran. Pemahaman filosofi juga memperkuat narasi dalam strategi pemasaran. Konsumen tidak hanya membeli produk, tetapi juga pengalaman budaya. Hal ini menumbuhkan ikatan emosional antara konsumen dan produk. Dengan demikian, peningkatan aspek kognitif mendukung kelestarian tradisi sekaligus daya saing UMKM.

Kemampuan Promosi (Afektif). Nilai Z-Statistics sebesar -5.016 dengan signifikansi 0,000 menunjukkan peningkatan signifikan kemampuan promosi peserta. Peserta lebih percaya diri menggunakan media sosial sebagai sarana pemasaran. Mereka mampu menciptakan konten kreatif berupa foto, video, dan narasi yang menarik. Strategi promosi digital ini memperluas jangkauan pasar hingga di luar daerah. Interaksi yang intens dengan konsumen menciptakan kedekatan emosional. Konsistensi promosi membuat produk semakin dikenal dan dipercaya. Peserta memahami pentingnya memanfaatkan teknologi dalam menghadapi persaingan. Promosi tidak lagi hanya mengandalkan cara konvensional, tetapi berbasis digital. Kemampuan promosi ini berdampak pada meningkatnya potensi penjualan. Dengan demikian, peningkatan aspek afektif memperkuat posisi UMKM hantaran di era digital.

Secara keseluruhan, hasil analisis memperlihatkan bahwa seluruh responden ( $N = 33$ ) mengalami peningkatan pada ketiga aspek yang diukur. Tidak terdapat negative ranks maupun ties, sehingga semua responden tercatat sebagai positive ranks dengan jumlah 33 orang. Nilai mean rank sebesar 17,00 dan sum of ranks sebesar 561,00 memperkuat bukti bahwa peningkatan terjadi secara merata di seluruh peserta. Temuan ini menunjukkan bahwa pelatihan yang diberikan tidak hanya efektif untuk sebagian kecil peserta, melainkan berdampak menyeluruh. Peningkatan kompetensi terlihat baik dari sisi keterampilan teknis (psikomotorik), pemahaman konsep (kognitif), maupun sikap promosi (afektif). Dengan hasil tersebut, UMKM hantaran memiliki kemampuan yang lebih kuat untuk bersaing di tengah dinamika pasar yang semakin ketat. Selain itu, keberhasilan program ini juga mencerminkan pentingnya pendekatan pelatihan berbasis praktik, filosofi budaya, dan adaptasi teknologi. Secara umum, pelatihan terbukti mampu menjadikan UMKM hantaran lebih kompeten, berdaya saing, serta berkelanjutan dalam jangka panjang.

Hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan oleh IPHI Pancawati DPC Kediri menunjukkan keberhasilan signifikan dalam menjawab kesenjangan keterampilan teknis, pemahaman filosofis, dan kemampuan promosi digital pelaku UMKM hantaran. Temuan ini selaras dengan temuan-temuan terdahulu, namun memiliki pendekatan yang lebih integratif dibandingkan dengan kegiatan pengabdian sebelumnya yang umumnya masih bersifat sektoral dan belum menggabungkan unsur budaya lokal dengan pemanfaatan teknologi digital secara utuh.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap tradisi ganjuran di Kabupaten Lamongan, dapat disimpulkan bahwa makna filosofi hantaran bersifat kompleks dan multifaset, yang diklasifikasikan ke dalam empat kategori utama, yaitu berdasarkan tekstur makanan, penamaan, karakteristik, dan bahan pembuatannya. Setiap kategori tersebut mengandung makna simbolis dan filosofi tertentu yang mencerminkan nilai-nilai sosial, budaya, dan keagamaan masyarakat setempat (Maratussholihah et al., 2024). Contohnya, hantaran berupa gula dan kopi memiliki makna filosofi yang mendalam. Gula sering diartikan sebagai simbol kemakmuran dan kebahagiaan, karena manisnya mencerminkan hidup yang penuh keberkahan dan rezeki melimpah. Sedangkan kopi melambangkan kehangatan, keakraban, serta kekuatan dan semangat dalam menjalani kehidupan. Kedua hantaran ini selain sebagai simbol keberkahan dan semangat, juga memperlihatkan nilai kekeluargaan, persaudaraan, dan harapan akan masa depan yang cerah (Pinandoyo, 2021).

Dengan demikian, makna filosofis hantaran dalam tradisi ganjuran mengandung pesan moral dan nilai kehidupan yang mendalam, yang tidak hanya berfungsi sebagai simbol dalam prosesi adat, tetapi juga sebagai media pembelajaran nilai budaya dan filosofi hidup masyarakat setempat. Penafsiran terhadap hantaran, seperti gula dan kopi, dapat dimanfaatkan sebagai bahan ajar dalam konteks pendidikan

budaya dan bahasa, khususnya dalam pembelajaran bahasa Indonesia bagi Penutur Asing (BIPA), guna menanamkan pemahaman akan keberagaman makna simbolis dalam budaya Indonesia (Maratussholihah et al., 2024).

Berbeda dengan kegiatan pengabdian sebelumnya yang hanya menekankan pelatihan teknis atau pelestarian budaya semata, program kali ini berhasil mengolaborasikan tiga aspek penting: keterampilan merangkai hantaran, penguatan pemahaman simbolik dan filosofi budaya, serta literasi digital untuk promosi. Keunikan pendekatan ini terletak pada model holistik yang tidak hanya meningkatkan kapasitas produksi peserta, tetapi juga memperluas jangkauan pasar melalui media sosial dan membangun kesadaran nilai budaya lokal yang lebih dalam.

Persamaan dapat ditemukan dalam misi pemberdayaan UMKM berbasis potensi lokal, namun keunggulan program ini terlihat dari penekanan pada *transfer nilai budaya* melalui praktik langsung dan refleksi bersama. Peserta tidak hanya diajarkan 'cara membuat', melainkan juga 'mengapa bentuk itu bermakna'. Pendekatan ini memberikan ruang bagi peserta untuk memahami akar budaya dari produk mereka, sehingga dapat mengkomunikasikannya lebih baik kepada konsumen.

Justifikasi keberhasilan kegiatan ini terlihat dari konsistensi hasil peningkatan pemahaman peserta di seluruh aspek yang diintervensi, baik dari sisi estetika produk, nilai simbolik, maupun teknik promosi digital. Peningkatan ini bukan hanya hasil dari metode pelatihan yang efektif, melainkan juga karena pemilihan materi yang relevan dengan konteks budaya lokal dan kebutuhan pasar digital saat ini. Hal ini menjadi bukti bahwa pendekatan pengabdian masyarakat berbasis budaya dan teknologi mampu menjembatani kesenjangan antara tradisi dan inovasi.

Implikasi dari hasil ini tidak hanya berdampak pada pemberdayaan ekonomi pelaku UMKM, tetapi juga turut memperkaya literatur ilmiah dalam ranah

pengembangan ekonomi kreatif berbasis budaya lokal dan transformasi digital. Selain itu, model pelatihan ini berpotensi direplikasi di wilayah lain yang memiliki tradisi serupa, dengan modifikasi sesuai kearifan lokal masing-masing. Dengan demikian, kegiatan ini juga memberikan kontribusi dalam membangun ekosistem wirausaha lokal yang adaptif terhadap perubahan zaman tanpa kehilangan akar budayanya.

Namun, keterbatasan tetap perlu dicatat, terutama terkait jangkauan peserta yang belum merata dalam hal latar belakang keterampilan digital awal. Beberapa peserta membutuhkan pendampingan lebih intensif, terutama dalam aspek promosi digital. Selain itu, waktu pelatihan yang relatif singkat menjadi kendala dalam memperdalam penguasaan pada tiap aspek. Oleh karena itu, untuk keberlanjutan dan dampak jangka panjang, dibutuhkan pelatihan lanjutan atau mentoring berkala pascapelatihan.

#### IV. KESIMPULAN

Program pengabdian kepada masyarakat yang diselenggarakan oleh IPHI Pancawati DPC Kediri secara efektif telah mencapai tujuan utama, yaitu meningkatkan kapasitas pelaku UMKM dalam tiga aspek kunci: keterampilan teknis merangkai hantaran, pemahaman terhadap nilai-nilai filosofis simbolik yang melekat pada tradisi hantaran, serta kemampuan promosi digital melalui media sosial. Pelaksanaan kegiatan dalam bentuk pelatihan terpadu terbukti mampu memberikan dampak yang signifikan terhadap kompetensi peserta.

Berdasarkan hasil evaluasi awal (*pre-test*), mayoritas peserta (78,79%) berada pada kategori cukup memahami, 12,12% dalam kategori kurang memahami, dan hanya 9,09% yang tergolong sangat memahami. Namun, setelah pelaksanaan pelatihan, proporsi peserta dalam kategori sangat memahami meningkat secara signifikan menjadi 93,94%, sedangkan sisanya (6,06%) berada pada kategori cukup memahami, dan tidak terdapat peserta yang tergolong kurang memahami. Analisis statistik menggunakan uji Wilcoxon Signed Ranks menghasilkan

nilai  $Z = -5,019$  untuk keterampilan hantaran (psikomotorik),  $Z = -5,051$  untuk pemahaman filosofi (kognitif), dan  $Z = -5,016$  untuk kemampuan promosi (afektif), dengan tingkat signifikansi  $p = 0,000$ . Hasil ini menunjukkan bahwa perbedaan antara skor *pre-test* dan *post-test* pada ketiga aspek bersifat signifikan secara statistik. Dengan demikian, seluruh peserta mengalami peningkatan kompetensi tanpa ada satu pun yang mengalami penurunan.

Hasil tersebut menegaskan bahwa pendekatan pelatihan yang integratif menggabungkan aspek teknis, kultural, dan digital merupakan strategi efektif dalam pemberdayaan UMKM berbasis budaya lokal. Program ini juga mengindikasikan bahwa penguatan kapasitas UMKM tidak hanya dapat dilakukan melalui pelatihan teknis semata, tetapi juga dengan menanamkan kesadaran terhadap nilai-nilai budaya serta literasi digital yang relevan dengan tantangan pemasaran modern.

Sebagai implikasi praktis, model pelatihan ini direkomendasikan untuk direplikasi pada komunitas UMKM lain yang memiliki potensi budaya serupa, dengan mempertimbangkan penambahan sesi pendampingan lanjutan guna memperdalam penguasaan peserta dalam aspek promosi digital. Disarankan pula agar kegiatan mendatang memiliki durasi pelatihan yang lebih panjang guna mengakomodasi kebutuhan peserta yang berasal dari latar belakang literasi digital yang beragam.

#### V. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Ikatan Pembuat Hantaran Indonesia (IPHI) Pancawati DPD Jawa Timur, khususnya kepada Ketua IPHI DPD Jawa Timur, Ibu Bambang, atas dukungan, fasilitasi, dan arahan yang telah diberikan selama proses perencanaan hingga pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Penghargaan juga diberikan kepada IPHI Pancawati DPC Kediri atas peran aktifnya dalam menjadi tuan rumah serta memimpin penyelenggaraan kegiatan dengan penuh dedikasi dan komitmen. Kegiatan ini turut



didukung oleh panitia lokal, fasilitator, serta seluruh anggota IPHI yang telah berpartisipasi aktif dalam setiap sesi pelatihan. Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada seluruh peserta pelatihan atas antusiasme dan keterlibatannya dalam kegiatan ini, yang turut berkontribusi terhadap kesuksesan dan kebermanfaatn program.

### DAFTAR PUSTAKA

- Agung, I. G., Pramita, A., Dwi, M., & Sarahswati, K. (2024). Inovasi Produk dan Branding dalam Ekonomi Kreatif Serta Transformasi Bisnis Tradisional: Studi Kasus Kunjungan ke Bakpia Juwara Satoe Yogyakarta. *Jurnal Abdi Satya Dharma*, 2(2), 1–8.
- Arikunto, S. (2013). *Dasar-Dasar Evaluasi Pendidikan (Edisi ke-2)*. Bumi Aksara.
- Elsap, P. P. I., Arif, M., & Alam, S. (2024). Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Digital Dalam Meningkatkan Daya Tarik Wisata Di Kabupaten Toraja Utara. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 7(1), 1472–1484. <https://www.journal.stieamkop.ac.id/index.php/seiko/article/view/6819>
- Firdaus, M. (2022). Hantaran Pernikahan Masyarakat Melayu Ditinjau Menurut Hukum Islam. *Jurnal Intelek Insan Cendikia*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hartanti, N. B., Fatmawati, T. N., Wijayanto, P., Ischak, M., & Sari, C. (2025). Strategi Pengembangan Wilayah Berkelanjutan Kabupaten Sukabumi Melalui Optimalisasi Potensi Lokal: Pengelolaan Pariwisata Gurilaps, Pertanian, Dan Ekonomi Kreatif. *Jurnal Penelitian Dan Karya Ilmiah -Trisakti*, 10(1), 11–30.
- Ibrahim, A. (2024). *Praktik Sosial Dan Makna Tradisi Erang-Erang Dalam Konteks Perkawinan Masyarakat Bugis Di Kecamatan Mallusetasi Kabupaten Barru Perspektif Masalah*.
- Indriani, R. A. R. F. (2025). Peran Bisnis Islami Dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif: Studi Observasi Terhadap Pelaku Usaha Di Komunitas Muslim. *Ekonomica Sharia: Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Ekonomi Syariah Volume*, 10, 221–240.
- Kiromah, S., & Nuryami. (2024). Strategi Digital Dalam Pemasaran Produk Umkm Di Desa Kropak: Peluang Serta Tantangan. *Jurnal Budimas*, 6(3), 1–23.
- Malik, A., Djaganata, A. Y., Kurniawan, N. E., & Oktavia, Y. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Marketing Strategy Analysis In Micro , Small And Medium Enterprises (MSMEs). *Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 1–10, 7155–7169.
- Maratussholihah, Z., Surabaya, U. N., Surabaya, K., Surabaya, U. N., Surabaya, K., Surabaya, U. N., & Surabaya, K. (2024). Makna Filosofis Hantaran pada Tradisi Ganjuran s ebagai Bentuk Eksplorasi Budaya Jawa dalam Pembelajaran BIPA. *Diskursus: Jurnal Pendidikan Bahasa Indonesia*, 7(3), 478–488.
- Nastiti, P. R., Meiriyanti, R., & Sijabat, R. (2024). Eskalasi Daya Saing UMKM di Desa Gonoharjo Melalui Inovasi Pelabelan , Pengemasan , dan Digital Marketing. *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Pemberdayaan, Inovasi Dan Perubahan*, 4(6). <https://doi.org/10.59818/jpm.v4i6.994>
- Pinandoyo, M. R. W. (2021). *Simbol Dan Makna Dalam Ritual Cembengan (Cing Bing) Pabrik Gula Madukismo*. 1–92. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/37801%0Ahttps://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/37801/15321160.pdf?sequence=1>
- Purnanengsi Mas, L., Yanuar Susilo, M., Manajemen Informatika AMIK Luwuk Banggai, P., Sutardjo, J., Luwuk, K., Luwuk, K., Luwuk Banggai, K.,

- Administrasi Niaga STIA Abdul Haris Makassar, P., Tanggul Patompo No, J., Baru, B., Tamalate, K., Makassar, K., & Selatan, S. (2023). Peran Umkm Dalam Membangun Dan Menumbuhkan Ekonomi Kreatif Di Era Revolusi 5.0 Menuju Ekonomi Global. *Jurnal Ilmiah Metansi (Manajemen Dan Akuntansi)*, 6(2), 266–275. <https://journal.metansi.unipol.ac.id/index.php/jurnalmetansi/article/view/234>
- Rahmatain Imam Baihaqi, Rahmat, A., Mustofa, D., & Dewi, S. Y. (2023). Menelisik Nilai Sejarah dan Filosofi dalam Kebudayaan Melayu Langkat Melalui Tradisi Pernikahan dan Kue Rasidah. *Hijaz: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman*, 3(2), 62–68.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & B*. Alfabeta.