

Pemberdayaan UMKM Lontong sebagai Kampung Wisata Berbasis Pengetahuan di Surabaya

Ragil Tri Atmi¹, Koko Srimulyo², Yunus Abdul Halim³, Bertha Niken Ayu Pratiwi⁴, Ulul Amri⁵, Adi Ismail⁶, Nur Khalisha Syamsi⁷, Rizqi Nur Muhammadi⁸

Department of Library And Information Science, Airlangga University, Campus B Jl. Airlangga No.4 - 6, Airlangga, Kec. Gubeng, Surabaya, Jawa Timur. Postal code: 60115.

*Corresponding Author e-mail: ragil.tri.atmi@fisip.unair.ac.id

Received: Desember 2024; Revised: Mei 2025; Published: Juni 2025

Abstrak: Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di kampung Lontong di Kupang Krajan, Sawahan, Surabaya, memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai kampung wisata lontong berbasis pengetahuan di Wilayah Jawa Timur. Kemampuan dalam membuat lontong yang berkualitas menjadi keunggulan dan ciri khas yang tidak dimiliki oleh warga lainnya, karenanya perlu diberdayakan agar semakin produktif dan pengetahuan tersebut dapat dilestarikan agar tidak musnah. Tim pengabdian masyarakat melakukan pemberdayaan kepada warga Kampung UMKM untuk dapat mengkodifikasi pengetahuan tacit membuat lontongnya menjadi explicit dalam media website. Tujuan utama kegiatan pengmas adalah mejadikan para UMKM di kampung ini menjadi salah satu kampung wisata lontong di Surabaya yang berbasis pengetahuan melalui kodifikasi berupa website, sehingga pengetahuan yang dimiliki warga tentang membuat lontong, dapat lestari. Pembaruan dalam pengabdian ini yakni berupa kemandirian yang dimiliki oleh Kampung Lontong dalam mengelola website sebagai tempat untuk membagikan informasi yang dimilikinya. Adapun tahapan program ini, antara lain yang pertama, pengambilan data yaitu dengan melakukan kegiatan wawancara, observasi. Tahapan kedua, kegiatan sosialisasi yaitu dengan melakukan sesi diskusi dengan komunitas kampung Lontong. Tahap ketiga, pembuatan website mulai dari membuat konsep hingga desain website. Tahap keempat, melakukan pelatihan pengelolaan website dan kodifikasi pengetahuan. Tahap kelima, peluncuran website kampung Lontong melalui seminar bersama. Kegiatan keenam, monitoring dan evaluasi dengan memantau keaktifan warga unggahan konten pada website. Kegiatan pengmas secara keseluruhan berjalan dengan lancar, adapun output keberhasilan dari program ini per tahun 2024 tercatat CTR pada website Kampung Lontong surabaya sebesar 12.8% serta berhasil menarik sebanyak 7 kunjungan wisata.

Kata Kunci: Kampung Lontong; Kodifikasi Pengetahuan; UMKM; Website

Empowering Lontong MSMEs as a Knowledge-Based Tourism Village in Surabaya

Abstract: Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Kampung Lontong, located in Kupang Krajan, Sawahan, Surabaya, have great potential to be developed into a knowledge-based lontong tourism village in East Java. The ability to produce high-quality lontong is a competitive advantage and a distinctive trait not possessed by other communities. Therefore, it needs to be empowered to increase productivity and to ensure that the knowledge is preserved and not lost. The community service team carried out an empowerment program for MSME residents in the village to codify their tacit knowledge of lontong-making into explicit knowledge through a website platform. The main goal of this community service activity is to transform the MSMEs in this village into one of Surabaya's knowledge-based lontong tourism villages by codifying the knowledge through a website, so that the residents' knowledge of lontong-making can be sustained. The innovation of this program lies in Kampung Lontong's independence in managing its website as a platform to share its knowledge and information. The stages of this program include: first, data collection through interviews and observations; second, socialization activities through discussion sessions with the Kampung Lontong community; third, website development starting from concept creation to design; fourth, training on website management and knowledge codification; fifth, the launching of the Kampung Lontong website through a joint seminar; and sixth, monitoring and evaluation by observing the residents' activeness in uploading content on the website. The overall community service activity ran smoothly. As for the measurable outcome of this program, by 2024 the website of Kampung Lontong Surabaya recorded a Click-Through Rate (CTR) of 12.8% and successfully attracted seven tourist visits.

Keywords: Kampung Lontong; Knowledge Codification; MSME; Website

How to Cite: Atmi, R. T., Srimulyo, K., Halim, Y. A., Pratiwi, B. N. A., Amri, U., Ismail, A., ... Muhammad, R. N. (2025). Pemberdayaan UMKM Lontong sebagai Kampung Wisata Berbasis Pengetahuan di Surabaya. *Lumbung Inovasi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 10(2), 448–462. <https://doi.org/10.36312/linov.v10i2.2525>



<https://doi.org/10.36312/linov.v10i2.2525>

Copyright© 2025, Atmi et al

This is an open-access article under the CC-BY-SA License.



PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran krusial bagi perekonomian negara maupun daerah, terutama di Indonesia. Di Indonesia UMKM menjadi tulang punggung dalam penciptaan lapangan kerja, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan meratakan distribusi pendapatan. Keberadaan UMKM di Indonesia juga memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perekonomiannya, yakni sebesar 40% dari PDB negara Indonesia dihasilkan dari UMKM dan UMKM juga berhasil mempekerjakan sekitar 88% tenaga kerja di Indonesia (Lubis & Salsabila, 2024). Keberadaan UMKM juga dirasakan oleh berbagai wilayah di Indonesia, salah satunya yakni adalah Provinsi Jawa Timur. Menurut Kepala Dinas Koperasi dan UKM, kontribusi UMKM terhadap kinerja ekonomi Jatim cenderung tinggi, yakni mencapai 58,36 persen, naik signifikan dibanding tahun 2020 dan di 2021 (Kominfo, 2023). Kenaikan ini mencerminkan peran strategis UMKM dalam mendukung pertumbuhan ekonomi daerah. UMKM tidak hanya menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar, tetapi juga berperan dalam pemerataan distribusi pendapatan dan pengurangan kemiskinan. UMKM sering kali menjadi penyerap tenaga kerja terbesar, memberikan kesempatan bagi banyak individu untuk mendapatkan pekerjaan dan penghasilan.

Salah satu UMKM produktif yang ada di Jawa Timur yaitu Kampung Lontong Surabaya. Kampung Lontong Surabaya merupakan UMKM yang berasal dari warga yang tinggal di Banyu Urip Lor X-XI, Kelurahan Kupang Krajan. Penyebutan kampung Lontong dikarenakan mayoritas warga disana memiliki usaha rumahan yaitu memproduksi lontong dalam skala kecil (mikro). Meskipun kebanyakan UMKM di Banyu Urip Lor ini telah ada sejak bertahun-tahun sangat sedikit dari mereka yang dapat berkembang menjadi usaha skala menengah bahkan skala besar, meskipun produktivitasnya tinggi. Salah satu faktor penghambat berkembangnya UMKM di Kampung Lontong ini adalah kurangnya Promosi yang dilakukan oleh para pelaku UMKM di Kampung Lontong. Hal ini diketahui melalui observasi yang dilakukan oleh tim pada Desember tahun 2023. Penjelasan diberikan oleh Bapak Yunus, koordinator Paguyuban Kampung Lontong Surabaya. Beliau menyampaikan bahwa Kampung Lontong memang sudah banyak diliput oleh media, namun liputan tersebut tidak berkelanjutan. Pelaku UMKM di Kampung Lontong Surabaya masih bergantung pada penjualan tradisional. Sistem pemasaran produk mereka masih dilakukan secara manual, mengandalkan interaksi langsung dengan konsumen, dan berfokus pada lokasi tertentu.

Metode promosi tradisional tidak mampu menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam, perlu dilakukan promosi secara intensif melalui promosi tradisional dan secara digital dan promosi tradisional juga memiliki banyak keterbatasan, terutama ketika calon pembeli kesulitan mengakses berbagai informasi penting tentang produk, termasuk harga terbaru (Mulyaningsih et al., 2021). Saat ini, penggunaan aplikasi tidak hanya terbatas pada tingkat perusahaan besar, tetapi juga merambah ke tingkat usaha yang lebih kecil, seperti Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) (Nugrahaningsih et al., 2022). Konsumen cenderung mencari informasi produk dan jasa melalui internet. Tanpa kehadiran promosi secara digital, UMKM kehilangan

peluang untuk menarik pelanggan baru, meningkatkan penjualan, dan membangun citra positif di mata konsumen. Hal ini senada dengan penelitian yang dilakukan oleh Maharani et al. (2023) yang menjelaskan bahwa promosi melalui media digital juga berdampak positif terhadap keputusan pembelian produk oleh para konsumen.

Pertumbuhan dan perkembangan UMKM Lontong di Banyu Urip Lor ini sangat membantu meningkatkan perekonomian di perkampungan tersebut. Potensi ini menjadi keunggulan yang tidak dimiliki oleh warga lainnya, membuat lontong yang berkualitas bukan hal yang instans, diperlukan penguasaan teknik yang mumpuni ditambah resep yang sudah turun-menurun diwariskan dari keluarga. Kemampuan membuat lontong yang berkualitas berasal dari kemampuan, pengalaman serta pengetahuan dari individu yang tergabung pada UMKM kampung Lotong. Keunggulan dan keunikan yang dimiliki oleh Kampung Lontong dapat dikembangkan secara maksimal untuk menjadi sebuah Kampung Wisata Ekonomi di Surabaya. Dalam rangka mewujudkan hal tersebut, perlu pengelolaan pengetahuan yang kemudian dikodifikasi melalui media elektronik, metode ini bertujuan agar potensi yang dimiliki para UMKM Lontong dalam dikenal oleh masyarakat luas. Mengingat banyaknya pesaing dalam dunia usaha, UMKM Lontong memiliki keunggulan untuk bersaing, salah satu upayanya adalah mengkodifikasi pengetahuan yang berasal dari para UMKM Lontong.

Kodifikasi pengetahuan adalah upaya dan tindakan untuk mengalihkan bentuk pengetahuan yang berasal dari pengetahuan tacit menjadi bentuk eksplisit agar dapat dibagikan dan dimanfaatkan secara lebih luas (Atmi, 2022). Kodifikasi pengetahuan juga dapat bermanfaat bagi SDM, kompetensi SDM akan meningkat dan diikuti dengan meningkatnya juga kinerja UMKM (Agrina & Kirana, 2023). Pengetahuan yang dikodifikasi juga dapat meningkatkan kepuasan konsumen dalam membangun hubungan yang baik dengan pelanggan atau calon pelanggan, sehingga usaha tersebut dapat berhasil dalam memasarkan produknya (Kristanto & Nelson, 2023). Profil UMKM Kampung Lontong Surabaya perlu dikelola melalui media informasi yang terpadu, yaitu website. Media website dipilih sebab penggunaan website memungkinkan warga Kampung Lontong untuk dapat mengelola dan menyajikan informasi dengan cara yang lebih terstruktur dan menarik (Atmi et al., 2024). Website resmi Kampung Lontong akan memudahkan dalam pengelolaan pengetahuan yang komprehensif sebagai wujud eksistensinya. Website profil Kampung Lontong sebagai portal utama dari informasi-informasi yang berkaitan dengan potensi wisata desa, kegiatan penduduk, produksi dan pemasaran lontong. Website dapat berfungsi sebagai platform yang ideal untuk menyampaikan informasi mengenai potensi desa, meningkatkan partisipasi masyarakat, dan menarik minat pihak eksternal (Sudirman et al., 2023).

Kodifikasi pengetahuan melalui website dapat meningkatkan kredibilitas dari suatu produk atau organisasi (Atmi et al., 2024), termasuk dengan menerapkannya pada komunitas Kampung Lontong, dapat membantu kampung Lontong dikenal oleh khalayak luas, serta akan meningkatkan engagement. Menurut Giap dalam Septarina et al. (2023) media pemasaran melalui website dinilai efektif bagi para UMKM karena dapat menjangkau para konsumen di berbagai daerah dan juga waktu yang lebih fleksibel. Pemasaran melalui digital juga dapat memperluas target pasar dan menciptakan komunikasi yang lebih baik dengan pembeli maupun calon pembeli (Hasvia et al., 2023). Dalam rangka mewujudkan visi sebagai kampung wisata berbasis kodifikasi pengetahuan, dibutuhkan perencanaan program yang komprehensif, agar misi tersebut dapat terealisasikan secara optimal.

Pemilihan penggunaan website dengan menggunakan wordpress untuk sarana pemasaran bagi UMKM di kampung Lontong didasari oleh kemudahan dalam pengelolaan, dukungan plugin dan tema yang melimpah, serta jumlah komunitas yang besar (khalilq, 2023). Keberadaan website juga memungkin untuk UMKM dapat memasarkan produk yang dimiliki secara mandiri (Hamzah & Putri, 2021) dan juga penggunaan dari website dapat memungkin berbagi informasi secara lengkap mendalam (Digidowiseiso & Ria, 2023), serta website dapat digunakan sebagai alternatif untuk mengurangi biaya periklanan produk dengan cara menggunakan SEO pada konten website (Saifuddin, 2021). Penggunaan Website juga dapat digunakan sebagai alternatif pada untuk promosi jasa dna juga keunggulan yang dimiliki oleh UMKM (Setyawan et al., 2022).

Berdasarkan fakta-fakta tersebut, Departemen Informasi dan Perpustakaan (DIP) Universitas Airlangga (UNAIR) membuat program melalui kegiatan Pengabdian Masyarakat (pengmas) yang dilaksanakan oleh tim dari dosen dan mahasiswa DIP UNAIR. Kegiatan pengabdian mengusung judul “Kodifikasi Pengetahuan Berbasis Web sebagai Profil dan Promosi Destinasi Wisata Kampung Produksi Lontong di Kelurahan Kupang Krajan Kecamatan Sawahan Kota Surabaya”. Kegiatan utama pengabdian masyarakat (pengmas) antara lain: (1) Sosialisasi Manfaat Website sebagai Media Profil dan Promosi (2) Pembuatan teknis website sebagai Media Profil dan Promosi Desa (3) Pelatihan Pengelolaan dan kodifikasi pengetahuan pada website (4) Peluncuran Website Kampung Lontong (5) Monitoring dan Evaluasi. Target utama dalam kegiatan ini terbagi menjadi 2 yaitu praktis dan strategis. Target praktis berkaitan dengan meningkatnya attensi masyarakat luar terhadap kampung Lontong, sehingga menjadi daya tarik untuk berkunjung, mengkonsumsi dan belajar memproduksi lontong pada masyarakat, sedangkan target strategisnya adalah meningkatkan kemampuan teknis masyarakat dengan pengelolaan website sebagai profil diri dan promosi sebagai destinasi kampung wisata. Luaran yang ditargetkan pada kegiatan pengabdian masyarakat antara lain adalah menciptakan dan mengaplikasikan IPTEK kepada masyarakat khususnya kampung Lontong agar mampu beradaptasi dengan penggunaan teknologi, sehingga mampu memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan produktivitas ekonomi sebagai usaha sebagai industri kreatif.

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan pengmas diselenggarakan melalui enam rangkaian kegiatan dengan metode yang berbeda. Tahap pertama adalah melakukan pengambilan data dengan melakukan metode wawancara dan observasi. Tahap kedua adalah kegiatan sosialisasi melalui metode diskusi bersama. Tahap ketiga yakni pembuatan teknis website, yakni melalui kegiatan mendesain arsitek informasi, membuat konsep, memprogram dan hosting website. Tahap keempat yaitu dengan melakukan pendampingan pengelolaan website yaitu dengan cara melakukan pelatihan dan pendampingan mandiri kepada pengelola website. Dan tahap kelima adalah peluncuran website kampung Lontong dengan yang dilakukan melalui kegiatan seminar dan demo website. Tahap terakhir adalah kegiatan monitoring dan evaluasi.

Adapun indikator keberhasilan dari program pengmas ini terdiri dari beberapa hal, seperti keaktifan dari jumlah konten yang dibuat oleh pihak masyarakat pada website, lalu juga jumlah kunjungan orang ke website kampung Lontong, serta peningkatan jumlah kunjungan wisata ke kampung Lontong.

Tabel 1. Metode Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Masyarakat

No	Jenis Kegiatan	Metode Pelaksanaan Kegiatan
1.	Pengambilan Data	Pengambilan data merupakan kegiatan awal dalam melakukan pengmas. Kegiatan ini dilakukan untuk menghimpun seluruh data yang diperlukan untuk menyajikan informasi-informasi pada website. Tim yang terdiri dosen dan mahasiswa melakukan pengumpulan data dengan melakukan wawancara kepada pihak-pihak terkait, yaitu ketua komunitas, RT/RW setempat, dan 9 para pelaku UMKM. Kegiatan wawancara dilakukan selama kurang lebih 2 bulan, yaitu pada bulan 23 Desember 2023- 15 Februari 2024. Tim juga melakukan kegiatan observasi untuk melakukan pengamatan pada kurang lebih 20 pelaku UMKM saat produksi lontong. Kegiatan ini dilakukan dalam jangka waktu 3 bulan, yaitu pada bulan maret-mei 2024. Hasil wawancara dan observasi didokumentasikan melalui alat bantu, kemudian diidentifikasi dan dikelola agar menjadi sebuah informasi dan pengetahuan yang komprehensif, sehingga dimasukan ke dalam website.
2.	Sosialisasi	Kegiatan yang dilakukan adalah melakukan sharing dan diskusi bersama antara tim yaitu dosen dan mahasiswa beserta pihak sasaran yaitu pemangku Kampung, penggiat komunitas kampung Lontong dan pelaku UMKM. Tema yang dibahas dalam sosialisasi ini adalah urgensi kegiatan dan peningkatan pemahaman pada pihak sasaran mengenai pentingnya website sebagai sarana menyajikan profil kampung Lontong Surabaya. Kegiatan ini dimulai dengan penjelasan tentang manfaat penggunaan website, termasuk bagaimana website dapat meningkatkan visibilitas kampung, menarik wisatawan, dan mendukung pertumbuhan usaha para UMKM sebagai pelaku usaha lontong. Selama sosialisasi, para peserta juga diberikan pemahaman tentang tujuan dari program pengabdian masyarakat yang sedang dijalankan serta pada akhir sosialisasi diminta tanggapan dari penggiat komunitas kampung Lontong dan pelaku UMKM. Kegiatan dilakukan selama kurang lebih 2 minggu.
3.	Pembuatan teknis website	Kegiatan ini diselesaikan dalam kurun waktu kurang lebih 4 bulan. Tim pelaksana membuat konsep untuk profil kampung lontong, serta mendesain arsitek informasi untuk website. Tim juga membuat domain terkait dengan pemberian nama, alamat, atau legalitas nama dari suatu website, selain itu tim membuat hosting sebagai komponen yang ada dalam suatu website. Domain dan hosting dibeli secara resmi oleh tim, sebagai bentuk totalitas. Setelah konsep selesai dikerjakan, tim kemudian melakukan coding dan proses pemrograman untuk membangun website. Berikut hasil rancangan pembuatan website dan alamat resmi website yang dapat diakses pada https://kampunglontongsuroboyo.com/ . Selama perancangan website Komunitas kampung Lontong dilibatkan untuk membuat konsep dan juga penamaan domain website
4.	Pelatihan Pengelolaan dan Kodifikasi Pengetahuan melalui Website	Tim pelaksana memilih salah satu sasaran yang kompatibel dan yang direkomendasikan oleh sasaran yang lain untuk dilatih dan didampingi sebagai pengelola website. Tim membimbingnya untuk memahami dan melakukan sejumlah langkah hosting, seperti analisis biaya, memasang server pada PCs operator Kampung Lontong, uji coba server yang telah dibeli, sinkronisasi sejumlah hosting, uji coba online website. Disaat yang sama, tim melatih para sasaran cara efektif untuk mengelola pengetahuan tacit untuk dikodifikasi agar dapat didokumentasikan sehingga dapat menjadi value bagi sasaran maupun khalayak. Tim melatih untuk membuat dokumentasi video sederhana melalui gadget masing-masing mengenai segala aktivitas dalam proses pembuatan lontong.
5.	Peluncuran Website Kampung Lontong	Peluncuran mengundang sasaran dan media melalui kegiatan seminar dan demo website. Ketua pelaksana meresmikan dan melakukan serah terima website kepada pihak sasaran. Tim mendapatkan masukan dan saran dari peserta undangan yang kemudian dijadikan sebagai bahan evaluasi untuk perbaikan dan kegiatan keberlanjutan. Acara juga mencakup sesi perkenalan website, di mana fitur-fitur utama dan konten yang tersedia dijelaskan kepada para undangan. Tim juga menyediakan demonstrasi langsung cara mengakses dan menggunakan website, termasuk bagaimana warga dan pelaku usaha dapat memanfaatkan platform ini untuk promosi usaha dan produk mereka. Selain itu, acara peluncuran juga berfungsi sebagai ajang untuk memperkuat kolaborasi antara warga dan berbagai pihak terkait, dengan

harapan website ini dapat terus dikembangkan dan dikelola bersama sebagai sumber daya komunitas yang berkelanjutan .

- | | |
|----------------------------|--|
| 6. Monitoring dan Evaluasi | Tim melakukan monitoring dengan melakukan pemantauan aktivitas postingan melalui website. Tim memberi kesempatan pada sasaran untuk melakukan kegiatan secara mandiri selama kurang lebih 3 bulan. Pihak sasaran juga sering berkomunikasi dengan tim untuk melakukan diskusi dan pembimbingan. Hasil monitoring dan masukan dari sasaran dijadikan bahan evaluasi bagi tim untuk perbaikan program dan keberlanjutan kegiatan pengmas kedepannya. |
|----------------------------|--|

HASIL DAN DISKUSI

1. Pengambilan Data



Gambar 1. Pengambilan data di Kampung Lontong Surabaya

Pengambilan data menjadi kegiatan pertama dalam melakukan kegiatan Pengabdian Masyarakat. Pengambilan data dilakukan agar dapat memperoleh gambaran mengenai kondisi nyata di lapangan. Hasil dari pengambilan data ini berupa informasi ataupun pengetahuan yang berada pada setiap individu di Kampung Lontong Surabaya. Pada proses pengambilan data, Departemen Informasi dan Perpustakaan membentuk tim yang terdiri dosen dan mahasiswa untuk melakukan pengumpulan data dengan melakukan wawancara kepada pihak-pihak terkait, yaitu ketua komunitas, RT/RW setempat, dan 9 para pelaku UMKM. Kegiatan wawancara dilakukan selama kurang lebih 2 bulan, yaitu pada bulan 23 Desember 2023- 15 Februari 2024. Tim juga melakukan kegiatan observasi untuk melakukan pengamatan pada kurang lebih 20 pelaku UMKM saat produksi lontong. Kegiatan ini dilakukan dalam jangka waktu 3 bulan, yaitu pada bulan maret-mei 2024.

Dalam proses pengambilan data, data berupa informasi ataupun pengetahuan yang ada dalam tiap individu di Kampung Lontong Surabaya masih dalam bentuk pengetahuan tacit. Pengetahuan tacit bersifat pribadi, tersimpan dalam pikiran individu intangible, tidak mudah untuk dideskripsikan dan berkembang melalui interaksi sosial (Atmi, 2022; Wulandari & Nurisani, 2020). Pengambilan data mendapatkan beberapa informasi terkait nama, harga, alamat pelaku UMKM Kampung Lontong. Pengambilan data juga mendapatkan pengetahuan terkait bagaimana proses produksi lontong pada setiap Pelaku UMKM yang ternyata memiliki perbedaan proses produksi, bagaimana proses penjualan dan pemasaran produk lontong pada setiap pelaku UMKM, hambatan dan juga tantangan dalam proses produksi, dan sebagainya. Dari hasil pengambilan data, ditemukan bahwa pengetahuan pada setiap pelaku UMKM di Kampung Lontong Surabaya terkait proses produksi hingga pemasaran produk mereka memiliki perbedaan. Pengetahuan yang ada pada setiap pelaku UMKM masih menjadi pengetahuan tacit, sehingga pengetahuan tersebut dapat berbeda dikarena pengetahuan yang ada tercipta dari adanya pengalaman dan pembelajaran yang dialami oleh individu (Atmi, 2022).

Perbedaan pengalaman dan proses pembelajaran ini yang membuat setiap individu memiliki perbedaan masing-masing dalam memproduksi lontong.

Pengetahuan tacit yang dimiliki oleh setiap pelaku UMKM memiliki kekurangan dan kelebihan. Di satu sisi memiliki kelebihan yaitu pengetahuan tersebut tidak mudah ditiru oleh orang lain atau pesaing. Namun, pengetahuan tacit jika terus menerus tidak didokumentasikan dengan baik, akan sulit untuk dilakukan proses temu Kembali karena pengetahuan tersebut tersimpan dalam otak atau anangan-angan. Pengetahuan tersebut juga dapat hilang seiring dengan individu yang menciptakannya apabila individu tersebut tidak ada (Amalia et al., 2020; Atmi, 2022). Pengetahuan tacit yang ada pada pelaku UMKM Kampung Lontong dapat terus berkembang dan tersimpan apabila didokumentasikan menjadi pengetahuan explicit.

Proses pendokumentasian pengetahuan tacit menjadi explicit dilakukan melalui pengambilan data yang dengan wawancara dan observasi pada Pelaku UMKM Kampung Lontong. Pengetahuan explicit merupakan pengetahuan yang dapat dijelaskan, ditransfer, dan diungkapkan dengan mudah karena tersimpan dalam bentuk yang terstruktur ataupun tertulis. Pengetahuan explicit berbeda dengan pengetahuan tacit yang tersimpan dalam otak atau anangan-angan, pengetahuan explicit tersimpan dalam sebuah alat penyimpan contohnya seperti database, email, website, dokumen dan sebagainya (Atmi, 2022; Semarandhanu & Yulhendri, 2024). Sehingga, Tim Departemen Informasi dan Perpustakaan melakukan pengambilan data pada pelaku UMKM Kampung Lontong yang kemudian diidentifikasi dan dikelola agar menjadi sebuah informasi dan pengetahuan yang komprehensif, kemudian dimasukkan dalam suatu website untuk menjadi pengetahuan explicit. Pendokumentasian pengetahuan tacit menjadi pengetahuan explicit diharapkan untuk dapat menciptakan alat penyimpan pengetahuan untuk pelaku UMKM Kampung Lontong, agar pengetahuan yang dimiliki dapat dengan mudah ditemukan Kembali, tidak hilang, dan dapat tersimpan dengan baik dalam suatu alat penyimpan yaitu sebuah Website.

Tim Departemen Informasi dan Perpustakaan Universitas Airlangga mengharapkan bahwa website ini dapat menjadi suatu alat penyimpan sekaligus menjadi media untuk menyampaikan informasi ataupun pengetahuan kepada lebih banyak orang di luar. Tidak hanya sebagai alat penyimpan pengetahuan, website yang dihasilkan dapat dimanfaatkan sebagai media promosi untuk potensi wisata, produk unggulan, dan produk UMKM yang dimiliki oleh desa setempat. Keberadaan website juga dapat meningkatkan minat beli konsumen melalui promosi penjualan yang lebih efektif, sehingga membantu UMKM memperluas pangsa pasar (Darmanto, 2021; Marlina et al., 2022; Noerchoidah & Nurdina, 2022).

2. Sosialisasi Pelaku UMKM Kampung Lontong



Gambar 2. Sosialisasi Pelaku UMKM Kampung Lontong Surabaya

Tim Pengabdian Masyarakat Departemen Informasi dan Perpustakaan melakukan kegiatan sharing dan juga diskusi bersama pihak sasaran yaitu pemangku Kampung, penggiat komunitas kampung lontong dan Pelaku UMKM terkait urgensi kegiatan dan peningkatan pemahaman pada pihak sasaran mengenai pentingnya website sebagai sarana menyajikan profil kampung lontong Surabaya dalam kurung waktu kurang lebih 2 minggu. Pengembangan Website sebagai alat untuk pemberdayaan UMKM di Kampung Lontong Surabaya dapat menjadi Solusi untuk mendukung pengembangan UMKM Kampung Lontong Surabaya. Menurut Ambara et al., (2024) pengembangan website ini memiliki tujuan untuk meningkatkan aksesibilitas informasi bagi wisatawan. Website dapat menjadi alat untuk wisatawan memperoleh informasi terkait profil desa, daya tarik wisata, kegiatan, akomodasi, akses rute, biaya, dan informasi lainnya secara mudah sehingga hal tersebut dapat meningkatkan minat berkunjung dan juga memperluas pasar promosi wisata.

Kegiatan sosialisasi ini dimulai dengan penjelasan tentang manfaat penggunaan website. Manfaat-manfaat yang didapat dari Pembangunan website tersebut dipaparkan kepada para peserta melalui sosialisasi. Peserta juga diberikan pemahaman tentang tujuan dari program pengabdian masyarakat yang sedang dijalankan yaitu untuk menciptakan desa wisata berbasis pengetahuan serta meningkatkan pertumbuhan UMKM Kampung Lontong Surabaya. Penjelasan manfaat Pembangunan website termasuk bagaimana website dapat meningkatkan visibilitas kampung, menarik wisatawan, dan mendukung pertumbuhan usaha para UMKM sebagai pelaku usaha lontong. Penggunaan situs web dapat meningkatkan visibilitas kampung di kalangan calon wisatawan, selain itu website desa juga berpotensi untuk menjadi alat efektif dalam memperkenalkan serta mempromosikan desa kepada wisatawan lebih luas (Sari & Yudhiasta, 2024; Sudirman et al., 2023). Pengembangan website Kampung Lontong Surabaya dalam meningkatkan visibilitas kampung dengan menggunakan media website yang berisi company profile, informasi terkait pelaku UMKM, katalog produk, keunikan serta informasi-informasi menarik terkait Kampung Lontong Surabaya. Pengembangan website ini juga dapat mendukung pertumbuhan usaha para pelaku UMKM Kampung Lontong. Pada kesempatan ini juga dijelaskan keberhasilan adanya pengaruh positif terhadap penjualan produk dengan menggunakan Website pada UMKM di wilayah Depok (Haryono, 2018).

Keberadaaan website memberikan peluang bagi para pelaku usaha UMKM untuk menjangkau lebih luas calon customer dari Lokasi terdekat mereka (Yusvita Aprilyan et al., 2022). Ditemukan dalam penelitian Widjojo et al., (2022) bahwa UMKM yang memiliki website dengan tampilan yang menarik dapat membangun kepercayaan suatu merek dan mendorong minat calon konsumen untuk berbelanja. Penggunaan Website sebagai pemasaran digital juga ditemukan pada penelitian Pardede & Simanjuntak (2022) bahwa pemasaran digital menggunakan website memberikan peningkatan pada penjualan UMKM Keripik dan mencapai 30% dari jumlah keripik yang diproduksi oleh UMKM.

3. Pembuatan Teknis Website

Dalam pembuatan teknis website, Tim pelaksana memerlukan waktu kurang lebih 4 bulan. Pembuatan website memerlukan waktu yang cukup lama dikarenakan website yang dibuat diharapkan dapat memiliki aksesibilitas yang mudah dan visibilitas yang menarik. Keberadaan website dapat membuat suatu Lembaga, instansi, ataupun organisasi dapat dipercaya oleh public. Website diartikan sebagai Kumpulan halaman dalam suatu domain yang berisi berbagai informasi yang dapat diakses, dilihat, dan dianalisis oleh pengguna internet. Informasi yang disajikan dapat

berupa gambar, video, teks, maupun berbagai jenis konten lainnya (Akhlis Munazilin & Adi Susanto, 2021). Dalam proses pembuatan website, tim pelaksana membuat konsep untuk profil kampung lontong, serta mendesain arsitek informasi untuk website.



Gambar 3. Proses Input Konten pada Website

Tim pelaksana memilih untuk menggunakan wordpress sebagai CMS (Content Management System) dikarenakan WordPress memiliki berbagai keunggulan. WordPress memiliki komunitas pengguna yang besar sehingga hal ini memudahkan pembuat atau pemelihara website dapat lebih mudah memperoleh informasi dengan sharing antar pengguna, keamanan data yang kuat, kemudahan dalam mengubah desain tata letak atau tampilan web, antarmuka pengguna yang intuitif, banyaknya plugin dan tema yang dapat digunakan, serta kemudahan dalam penggunaan dan pemeliharaan. Sistem WordPress yang fleksibel sehingga dapat digunakan dengan berbagai media, baik berbasis desktop maupun mobile (gawai) (Khaliq et al., 2023; Sudirman et al., 2023). Selain itu, fitur dalam WordPress juga terus dikembangkan dan disesuaikan oleh para penggunanya, dengan tujuan agar selalu memberikan kemudahan bagi pengguna. Semua fitur yang telah ditawarkan WordPress sejauh ini mendapatkan respons yang positif, menjadikannya salah satu CMS (Content Management System) paling populer di dunia (Pamungkas & Azis, 2022).

Tim Pelaksana dari Departemen Informasi dan Perpustakaan juga membuat domain terkait dengan pemberian nama, alamat, atau legalitas nama dari suatu website. Jika website diibaratkan sebagai sebuah produk, maka domain adalah mereknya. Nama domain yang menarik dapat menarik orang untuk mengunjungi website tersebut. Pemilihan nama domain yang unik juga akan memudahkan pengunjung untuk mengingatnya, hal tersebut juga memberikan peluang agar pengunjung kembali lagi (Sufarnap et al., 2022). Dalam pemilihan nama domain disini melibatkan perwakilan dari kampung Lontong untuk memilihnya. Selain itu Tim Pelaksana juga menggunakan hosting sebagai komponen yang ada dalam suatu website. Hosting berfungsi sebagai tempat penyimpanan semua database, termasuk skrip, gambar, video, teks, dan elemen lainnya yang diperlukan untuk membangun sebuah website (Sufarnap et al., 2022). Domain dan hosting yang digunakan dalam mengembangkan website Kampung Lontong Surabaya dibeli secara resmi oleh Tim Pengabdian Masyarakat Departemen Informasi dan Perpustakaan, sebagai bentuk totalitas. Setelah konsep selesai dikerjakan, tim kemudian melakukan koding dan proses pemrograman untuk membangun website. Berikut hasil rancangan pembuatan website dan alamat resmi website yang dapat diakses pada <https://kampunglontongsuroboyo.com/>.

4. Pelatihan Pengelolaan dan Kodifikasi Pengetahuan melalui Website



Gambar 4. Pelatihan Pengelolaan Website

Tim Pengabdian Masyarakat Departemen Informasi dan Perpustakaan memilih salah satu sasaran yang kompatibel dan yang direkomendasikan oleh sasaran yang lain untuk dilatih dan didampingi sebagai pengelola dan memelihara website. Pemeliharaan website sangat penting untuk memastikan kelancaran dan keberlangsungan operasionalnya. Adanya individu yang bertanggung jawab, dalam aspek teknis seperti perawatan sistem agar dapat tetap terjaga, sehingga menghindari masalah pada website (Triyono et al., 2020). Tim membimbingnya untuk memahami dan melakukan sejumlah langkah hosting, seperti analisis biaya, memasang server pada PCs operator Kampung Lontong, uji coba server yang telah dibeli, sinkronisasi sejumlah hosting, uji coba online website.

Tim Pengabdian Masyarakat Departemen Informasi dan Perpustakaan juga melatih para sasaran untuk mengelola pengetahuan tacit untuk dikodifikasi agar dapat didokumentasikan sehingga dapat menjadi value bagi sasaran maupun khalayak secara efektif. Pengaturan konten yang menarik juga dapat mempertahankan kualitas yang disajikan kepada pengguna. Pemeliharaan yang baik memastikan bahwa website tetap up-to-date, fungsional, dan menarik bagi pengunjung (Triyono et al., 2020). Tim melatih untuk membuat dokumentasi video sederhana melalui gadget masing-masing mengenai segala aktivitas dalam proses pembuatan lontong.

5. Peluncuran Website Kampung Lontong



Gambar 5. Peluncuran Website Kampung Lontong Surabaya

Dalam kegiatan peluncuran website Kampung Lontong Surabaya, Tim mengundang sasaran dan media dalam kegiatan seminar dan demo website. Ketua

pelaksana Pengabdian Masyarakat Departemen Informasi dan Perpustakaan meresmikan dan melakukan serah terima website kepada pihak Kampung Lontong Surabaya. Tim mendapatkan masukan dan saran dari peserta undangan yang kemudian dijadikan sebagai bahan evaluasi untuk perbaikan dan kegiatan keberlanjutan. Acara juga mencakup sesi perkenalan website, di mana fitur-fitur utama dan konten yang tersedia dijelaskan kepada para undangan. Website Kampung Lontong Surabaya memiliki 8 menu utama, diantaranya yaitu menu Beranda; menu Tentang Kami yang berisi Profil, Visi misi, dan Sejarah Kampung Iontong; menu Kunjungi Kami yang berisi lokasi G-Maps dan Video rute perjalanan menuju Kampung Lontong Surabaya; menu Paket Wisata mengenai 2 paket wisata yang dapat dibeli apabila berkunjung ke Kampung Lontong Surabaya. 2 paket wisata ini diantaranya ada Paket Edukasi seharga Rp 15.000 dan Paket Workshop seharga Rp 20.000 yang memberikan tambahan pengalaman untuk membuat lontong secara langsung dari penjual lontong. Menu selanjutnya yaitu Katalog Produk yang berisi e-book mengenai Profil penjual, harga lontong dan keunikan pada setiap penjual lontong. Lalu selanjutnya terdapat menu Berita; menu Pemasaran; dan menu Tutorial.

Konten-konten pada website dikemas secara menarik dalam berbagai bentuk media untuk meningkatkan daya tarik dan aksesibilitas informasi kepada berbagai kelompok audiens. Tim juga merancang antarmuka dengan baik, dengan harapan dapat mampu menarik minat para pengunjung. Antar muka yang dirancang secara baik dapat menjadi sarana yang efektif dalam mempromosikan potensi wisata desa (Hardiyanti et al., 2024) Tim juga menunjukkan secara langsung cara mengakses dan menggunakan website, termasuk bagaimana warga dan pelaku usaha dapat memanfaatkan platform ini untuk promosi usaha dan produk mereka. Promosi melalui internet dengan menggunakan media website menjadi salah satu media efektif untuk menjangkau pasar lebih luas dan konsumen dari berbagai daerah tanpa terbatas oleh waktu atau tempat dan dapat diakses oleh seluruh orang selama mereka terhubung dengan internet (Toyib et al., 2020). Acara peluncuran juga berfungsi sebagai ajang untuk memperkuat kolaborasi antara warga dan berbagai pihak terkait. Tim Pengabdian Masyarakat Departemen Informasi dan Perpustakaan berharap website ini dapat terus dikembangkan dan dikelola bersama sebagai sumber daya komunitas yang berkelanjutan.

6. Monitoring dan Evaluasi

Tim Departemen Informasi dan Perpustakaan melakukan monitoring dengan melakukan pemantauan aktivitas keaktifan update postingan melalui website. Monitoring dilakukan untuk menjamin pelaksanaan pengelolaan website oleh sasaran berjalan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Tim memberi kesempatan pada sasaran untuk melakukan kegiatan secara mandiri selama kurang lebih 3 bulan. Kegiatan tersebut terkait pemeliharaan website, pembuatan konten dan update konten pada website. Konten yang ter-update tentunya akan memudahkan pengunjung website untuk mengakses informasi terbaru yang ada pada website. Menurut Konsumen saat ini aktif mencari informasi dan berinteraksi melalui berbagai media komunikasi, oleh karena itu informasi yang ada pada website perlu diupdate secara terus menerus agar pengunjung mendapatkan informasi terbaru (Utomo & Widhihatmini, 2023). Dalam proses pemberian kesempatan ini, Pihak sasaran juga aktif untuk berkomunikasi dengan tim serta melakukan diskusi dan pembimbingan dalam pengelolaan website dan kendala yang dihadapi.

Dari pemantauan yang dilakukan secara berkala didapati beberapa hal seperti mulai adanya kunjungan dari pihak luar untuk berwisata ke kampung Lontong, lalu juga tercatat ada 162 total klik dari 1260 total impresi pada website, yang mana hal ini

menunjukkan bahwa CTR dari website kampung Lontong sebesar 12.8%. Akan tetapi disisi lain ada berbagai tantangan untuk kedepannya potensi adanya serangan cyber dan juga spam pada website, keterbatasan data untuk melanjutkan biaya pengelolaan website, adanya kemungkinan antusiasme pengelola berkurang, serta adanya kesulitan dalam pengelolaan website

KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian Masyarakat (Pengmas) yang telah diselenggarakan oleh tim dari dosen dan mahasiswa Departemen Informasi dan Perpustakaan Universitas Airlangga menunjukkan bahwa Kampung Lontong Surabaya dapat menjadi potensi untuk menjadi kampung wisata lontong berbasis pengetahuan di Jawa Timur. Kodifikasi pengetahuan tacit menjadi pengetahuan explicit dalam bentuk Website diharapkan dapat menjadi sarana promosi, meningkatkan pendapatan pelaku UMKM Kampung Lontong Surabaya, dan meningkatkan visibilitas Kampung Lontong Surabaya sehingga dapat dikenal oleh masyarakat ataupun calon konsumen secara lebih luas. Diharapkan website yang dikembangkan oleh Tim Pengmas tidak hanya berfungsi sebagai penyimpan pengetahuan Warga Kampung Lontong Surabaya, tetapi juga sebagai media promosi untuk potensi wisata dan produk UMKM yang ada di Kampung Lontong Surabaya. Dengan adanya keberadaan website juga dapat membuat minat beli konsumen dapat meningkat melalui promosi penjualan yang lebih efektif, sehingga membantu UMKM dalam memperluas jangkauan pasar mereka. Dari hasil monitoring serta masukan dari warga Kampung Lontong Surabaya juga dapat digunakan oleh Tim Pengmas sebagai bahan evaluasi bagi tim untuk dapat meningkatkan program dan memastikan keberlanjutan kegiatan pengabdian masyarakat di masa mendatang.

REKOMENDASI

Pengabdian masyarakat ini telah menghasilkan website yang dapat dimanfaatkan warga Kampung Lontong untuk mengodifikasi pengetahuan tacit mereka menjadi pengetahuan explicit. Keberadaan website ini membuka pintu bagi pengabdian masyarakat yang selanjutnya di Kampung Lontong, terkhusus dalam bidang manajemen informasi, pengetahuan dan website. Kedepannya dapat diadakan pengabdian masyarakat berupa pelatihan pengembangan dan kustomisasi website Kampung Lontong, utamanya bagi para pemuda yang akan melanjutkan budaya membuat lontong di kampung tersebut.

ACKNOWLEDGMENT

Tim pelaksana mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang terlibat secara langsung dan telah membantu proses pelaksanaan program pengabdian masyarakat, sehingga kegiatan ini berjalan dengan lancar dan optimal. Adapun pihak-pihak terkait adalah Dekanat FISIP Universitas Airlangga, Departemen Informasi dan Perpustakaan Universitas Airlangga, seluruh tim pelaksana, para sasaran mitra kegiatan Pengabdian Masyarakat dan mahasiswa pemasaran informasi tahun 2024. Terima kasih juga kepada LPPM Universitas Airlangga yang telah memberikan dukungan pendanaan pada pengabdian masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Agrina, C. R., & Kirana, D. H. (2023). Peningkatan Kinerja Usaha Melalui Pembentahan Manajemen Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm) Pada Industri Kuliner. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(3), 636–643.

- Akhlis Munazilin, & Adi Susanto. (2021). Pembuatan Webiste Desa Wringinanom Kecamatan Asembagus Kabupaten Situbondo Sebagai Sarana Publikasi Dan Promosi Potensi Desa. *JIPI (Jurnal Ilmiah Penelitian Dan Pembelajaran Informatika)*, 1(2), 16–21.
- Amalia, D. R. M., Luciana, A., & Soesanto, R. P. (2020). Perancangan E-Archive Pada Bisnis Fashion Dya Id Dengan Menggunakan Metode Seci. *E-Proceeding of Engineering*, 7(2), 239–242.
- Ambara, I. G. Y. A., Paramitha, A. A. I. I., & Putri, I. G. A. P. D. (2024). Pengembangan Website Desa Wisata Sebagai Media Informasi Wisatawan Pada Desa Temesi. *AJAD : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 408–414. <https://doi.org/10.59431/ajad.v4i2.354>
- Atmi, R. T. (2022). *Knowledge Management*. Airlangga University Press.
- Atmi, R. T., Putri, C. F., & Babbar, P. (2024). Digital information repackaging: best practices from university library website managers. *Library Hi Tech News*. <https://doi.org/10.1108/LHTN-07-2024-0122>
- Darmanto, A. (2021). Pengaruh Kualitas Website Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Di Aji Darmanto , Theresia Pradiani , Widi Dewi Ruspitasi Program Pasca Sarjana , Institut Teknologi Dan Bisnis Asia. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 25.
- Digdowiseiso, K., & Ria, R. (2023a). Pengenalan Digital Marketing Bagi Pelaku UMKM Di Kelurahan Jatisampurna Kota Bekasi. *Jurnal Abdimas Bina Bangsa*, 4(1), 608–620. <https://doi.org/10.46306/jabb.v4i1.452>
- Hamzah, R. E., & Putri, C. E. (2021). Pemanfaatan Digital Marketing oleh Pelaku UMKM di Kuningan Barat Jakarta Selatan. *Jurnal Pustaka Dianmas*, 1(1), 12–20. <https://doi.org/10.32509/dianmas.v1i1.1496>
- Hardiyanti, M., Suharto, B. H., & Wendanto, W. (2024). Desain Sistem Informasi Berbasis Web Untuk. *Journal Community Development*, 5(4), 7384–7388.
- Haryono, S. (2018). Pengaruh Penggunaan Website terhadap Penjualan Produk Pengusaha UMKM pada Asosiasi Industri Kreatif Depok. *Sosio E-Kons*, 10(1), 39–46. <https://doi.org/10.30998/sosioekons.v10i1.2324>
- Hasvia, T. G., Lady, Lady, De Utami, N. A., Aulia, G., & Jones, J. H. (2023). Peran Digital Marketing dalam Pengembangan Kegiatan Promosi UMKM Windish. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(1), 598–610. <https://doi.org/10.33395/jmp.v12i1.12466>
- khaliq, abdul. (2023). Perancangan Website Profil Program Studi Menggunakan Content Management System Wordpress. *Jurnal Nasional Teknologi Komputer*, 3(3), 196–201. <https://doi.org/10.61306/jnastek.v3i3.93>
- Khaliq, A., Arianti, C., Simanjuntak, C. A., & Harahap, D. A. P. (2023). Perancangan Website Profil Program Studi Menggunakan Content Management System Wordpress sebuah website profil Program Studi menggunakan Content Management System Wordpress . Wordpress dipilih sebagai CMS karena popularitasnya sebagai platform yang mudah. *Jurnal Nasional Teknologi Komputer*, 3(3), 196–201.
- Marliana, R. R., Sejati, W., Nisa, W. A., Pujayanti, U., Sopian, R., & Noergana, W. (2022). Rancang Bangun Website Desa Citengah untuk Pengembangan Promosi Potensi Desa. *JPPM (Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 6(1), 193. <https://doi.org/10.30595/jppm.v6i1.7667>
- Noerchoidah, & Nurdina, N. (2022). Media Website Sebagai Solusi Promosi Penjualan Pada UMKM. *Jurnal Kreativitas Dan Inovasi (Jurnal Kreanova)*, 2(1), 1–6. <https://doi.org/10.24034/kreanova.v2i1.5212>
- Nugrahaningsih, P., Rahmawati, L. D. A., Arista, D., & Ardila, L. N. (2022). Knowledge

- Transfer for Community Development Dengan Aplikasi Excel Pkn Stan Pada Penyusunan Laporan Keuangan Bumdes (Studi Pada Bumdes Multi Guna Desa Sidomulyo, Madiun). *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 196. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v5i2.36321>
- Pamungkas, R., & Azis, M. N. L. (2022). *Implementasi Content Management System Wordpress Sebagai Sistem Informasi Publik Berbasis Web*. UNIPMA Press. www.kwu.unipma.ac.id
- Pardede, E. Y. R., & Simanjuntak, M. (2022). Penguanan Pemasaran Digital UMKM Menggunakan Metode Design Thinking (Studi Kasus: UMKM Keripik Cap Rumah Adat Minang, UD Rezeki Baru). *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 9(2), 119–133. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v9i2.15946>
- Saifuddin, M. (2021). Digital Marketing : Strategi Yang Harus Dilakukan Umkm Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Bisnis Terapan*, 5(1), 115–124. <https://doi.org/10.24123/jbt.v5i1.3028>
- Sari, D. A., & Yudhiasta, S. (2024). Strategi Pengembangan Atraksi Wisata. *Jurnal Pendidikan Sejarah Dan Riset Sosial Humaniora (KAGANGA)*, 7, 1–23.
- Semarandhanu, L. G. M., & Yulhendri. (2024). Penerapan Knowledge Management Sysytem: Tacit Knowledge, Explicit Knowledge, dan Sharing Knowledge (Studi Kasus: Lembaga Kursus dan Pelatihan Pendidikan Non Formal “Giri Putri” di Kota Singaraja - Bali). *Kohesi: Jurnal Multidisiplin Saintek*, 27(2), 80–89.
- Setyawan, I., Daihani, D. U., & Kisowo, I. (2022). Pengembangan Model Bisnis UMKM VIA laundry and Shop dengan Pendekatan Design Thinking pada Masa Pandemi Covid-19. *JURNAL TEKNIK INDUSTRI*, 12(3), 247–257. <https://doi.org/10.25105/jti.v12i3.15656>
- Sudirman, S., Fauzan, A., & Mustakim, R. A. W. (2023). Pembuatan Website sebagai Media Pencitraan dan Promosi Pada Desa Kamiri Kecamatan Balusu Kabupaten Baru. *Ilmu Komputer Untuk Masyarakat*, 4(1), 1–8. <https://doi.org/10.33096/ilkomas.v4i1.1765>
- Sufarnap, E., Ilhami, M., & Pangaribuan, J. J. (2022). Analisis dan Perancangan Sistem Informasi Penjualan pada Toko XYZ. *SATESI: Jurnal Sains Teknologi Dan Sistem Informasi*, 2(2), 170–176. <https://doi.org/10.54259/satesi.v2i2.1181>
- Toyib, R., Onsardi, O., Darnita, Y., & Muntahanah, M. (2020). Promosi Produk Pertanian Dan Kerajinan Menggunakan Website Serta Pembukuan Sederhanadi Desa Sido Dadi Kecamatan Arma Jaya Kabupaten Bengkulu Utara. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bumi Raflesia*, 3(1), 275–282. <https://doi.org/10.36085/jpmbr.v3i1.723>
- Triyono, A., Suranto, & Priyono, K. D. (2020). Penguanan Dakwah Digital PDM (Pimpinan Daerah Muhammadiyah) Kota Surakarta Melalui Website muhammadiyahsolo.com. *Journal of Dedicators Community*, 4(2), 107–118. <https://doi.org/10.34001/jdc.v4i2.1062>
- Utomo, A. S., & Widhihatmini, W. (2023). Sistem Manajemen Mutu Komunikasi Kepada Konsumen Berdasarkan ISO 9001: 2015 Pada Website Sekolah Tinggi Multi Media. *Cakrawala - Jurnal Humaniora*, 23(1), 16–27. <https://doi.org/10.31294/jc.v23i1.15454>
- Widjojo, H., Munansa, D. A., Diego, G., W, J. V., Putra, R. I., & Christina, S. N. (2022). Pengaruh Website Umkm Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 6(November), 14–25.
- Wulandari, E. R., & Nurisani, R. (2020). Model Knowledge Management di Perpustakaan Universitas Padjadjaran. *Lentera Pustaka: Jurnal Kajian Ilmu Perpustakaan, Informasi Dan Kearsipan*, 6(1), 23–36.

<https://doi.org/10.14710/lenpust.v6i1.27152>

Yusvita Aprilyan, Elin Erlina Sasanti, & Isnawati. (2022). Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Kabupaten Lombok Barat. *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, 2(2), 292–306. <https://doi.org/10.29303/risma.v2i2.216>