

PENINGKATAN PEREKONOMIAN UMKM MELALUI PENGEMBANGAN SISTEM INFORMASI WISATA PANTAI PENGKOLAN DI DESA KANDANGSEMANGKON

**Siti Mujilahwati¹⁾, Miftahus Sholihin²⁾, M.Rosidi Zamroni³⁾, Muhammad Nur Fikri Alfarisi⁴⁾,
Muhammad Alvin Firdaus⁵⁾, Qonit Zirby⁶⁾, Muhammad Rayendra AlMuhibbi¹⁷⁾, Moh Adam
Mufrody⁸⁾, Febrian Abie Prsatama⁹⁾, M Chabib Nurroziqin¹⁰⁾, Achmad Nurasel Farizki¹¹⁾**

¹⁻¹¹⁾ Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Islam Lamongan

Email: moedjee@unisla.ac.id¹⁾

Asal Negara: Indonesia

ABSTRAK

Desa Kandangsemangkon yang terletak di pesisir utara Kabupaten Lamongan, memiliki potensi wisata yang signifikan dengan keberadaan Pantai Pengkolan. Namun, kurangnya promosi dan visibilitas menjadi tantangan utama dalam mengembangkan pariwisata dan memberdayakan Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) setempat. Program pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan visibilitas Pantai Pengkolan dan mendukung perekonomian lokal melalui pengembangan website sistem informasi wisata yang komprehensif. Melalui serangkaian kegiatan, termasuk survei lapangan, pengembangan website, pelatihan bagi UMKM, serta promosi digital, program ini berhasil menciptakan platform yang efektif untuk mengenalkan potensi wisata dan produk-produk lokal kepada khalayak yang lebih luas. Meskipun belum ada pengukuran spesifik mengenai visibilitas, respons positif dari masyarakat dan pelaku UMKM menunjukkan bahwa website ini telah memberikan dampak yang signifikan. Hasil dari program ini menunjukkan peningkatan dalam promosi destinasi wisata dan penjualan produk UMKM. Keberlanjutan program ini diharapkan dapat dicapai melalui pemeliharaan website, pelatihan lanjutan, dan peningkatan infrastruktur wisata. Dengan demikian, Desa Kandangsemangkon dapat terus berkembang sebagai destinasi wisata yang akan memperkuat perekonomian lokal dan kesejahteraan masyarakat.

Kata Kunci: Potensi Wisata; UMKM; Website Sistem Informasi; Desa Kandangsemangkon; Pengembangan Ekonomi Lokal

ABSTRACT

Kandangsemangkon Village situated on the northern coast of Lamongan Regency, exhibits considerable potential for tourism development, largely due to its proximity to the notable Pengkolan Beach. However, the absence of effective promotional strategies and a lack of visibility represent a significant challenge in the development of tourism and the empowerment of local micro, small, and medium-sized enterprises (MSMEs). The objective of this community service program is to enhance the visibility of Pengkolan Beach and bolster the local economy through the establishment of a comprehensive tourism information system website. A series of activities, including field surveys, website development, training for MSMEs, and digital promotion, has enabled the creation of an effective platform for introducing the tourism potential and local products of the area to a wider audience. While there is no specific measurement regarding visibility, the positive response from the community and MSME actors indicates that this website has had a significant impact. The results of this program demonstrate an increase in the promotion of tourist destinations and sales of MSME products. To ensure the sustainability of this program, it is essential to prioritize website maintenance, continued training, and the enhancement of tourism infrastructure. Consequently, Kandangsemangkon Village can continue to develop as a renowned tourist destination, which will ultimately reinforce the local economy and community welfare.

Keywords: Tourism Potential; UMKM; Information System Website; Kandangsemangkon Village, Local Economic Development

1. PENDAHULUAN

Pantai Pengkolan Kandang Semangkon adalah salah satu destinasi wisata yang menarik di Kabupaten Lamongan, Jawa Timur. Terletak di pesisir pantai utara Lamongan, pantai ini menawarkan pesona alami dengan pemandangan laut yang indah dan suasana yang tenang. Lokasinya yang tidak jauh dari Wisata Bahari Lamongan (WBL),

sebuah objek wisata terkenal di daerah tersebut, membuat Pantai Pengkolan Kandangsemangkon menjadi pilihan populer bagi wisatawan yang ingin menikmati keindahan alam sekaligus merasakan suasana pantai yang lebih sepi dan alami.

Kabupaten Lamongan dikenal sebagai Kota Soto karena makanan khasnya, yaitu Soto Lamongan. Desa Kandangsemangkon adalah sebuah desa yang

terletak di sebelah utara Kecamatan Paciran, Kabupaten Lamongan, Jawa Timur. Desa ini berada di pesisir Laut Jawa dengan ketinggian sekitar 5 meter di atas permukaan air laut. Hal ini memberikan desa tersebut akses langsung ke pantai dan memengaruhi kehidupan sehari-hari masyarakatnya, yang sebagian besar bergantung pada aktivitas terkait laut seperti perikanan.

Dengan luas wilayah sebesar 4,58 km², Desa Kandangsemangkon memiliki struktur sosial yang terdiri dari 31 Rukun Tetangga (RT) dan 13 Rukun Warga (RW) (BPS, 2023), yang tersebar di dua dusun. Struktur administrasi ini mencerminkan keteraturan dan pengelolaan yang baik dalam masyarakat desa tersebut dengan fokus pada pembangunan lokal dan kesejahteraan masyarakatnya.

Kandangsemangkon sebagai desa yang terletak di pesisir memiliki pemandangan alam yang indah dan masih identik dengan suasana pedesaan. Kondisi tersebut Kandangsemangkon menjadi tempat yang potensial untuk pariwisata lokal, selain sebagai pusat aktivitas ekonomi masyarakat pesisir. Pantai Pengkolan Kandangsemangkon memberikan alternatif destinasi wisata bagi pengunjung yang ingin mengeksplorasi lebih banyak tempat selain WBL. Di pantai ini, pengunjung dapat menikmati aktivitas seperti berjalan-jalan di sepanjang pantai, menikmati *sunset*, atau sekadar bersantai di tepi pantai sambil menikmati angin laut yang sejuk. Dengan keindahan alam dan letak lokasi yang strategis, Pantai Pengkolan Kandang Semangkon menawarkan pengalaman wisata yang menyenangkan bagi wisatawan yang ingin menikmati keindahan pesisir utara Jawa Timur.

Mengenalkan potensi wisata Pantai Pengkolan di Desa Kandangsemangkon kepada publik memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan perekonomian UMKM di sekitar pantai (Rusdi et al., 2023; Widjojo et al., 2022). Pantai ini dapat menjadi daya tarik yang signifikan bagi wisatawan, baik lokal maupun dari luar daerah. Dengan meningkatnya kunjungan wisatawan, UMKM lokal seperti pedagang, pengrajin, dan penyedia jasa pariwisata akan mendapatkan peluang untuk berkembang melalui peningkatan penjualan dan pendapatan (Astar, 2021; Wibowo et al., 2023).

Pengembangan website dapat menjadi solusi untuk memaksimalkan promosi dan aksesibilitas informasi tentang potensi wisata (Kusuma et al., 2023; Laluma et al., 2022; Sutisna et al., 2023), khususnya di Pantai Pengkolan dan Desa Kandangsemangkon. Website ini akan berfungsi sebagai platform untuk mengenalkan keindahan pantai, budaya lokal, produk-produk UMKM, serta informasi terkait fasilitas dan akses ke lokasi (Fadlullullah et al., 2023; Marlina et al., 2022). Dengan adanya sistem informasi berbasis website, para wisatawan dapat dengan mudah menemukan informasi yang dibutuhkan, sementara UMKM lokal

dapat memanfaatkan platform ini untuk memasarkan produk mereka secara lebih luas. Hal ini akan membantu meningkatkan visibilitas desa dan pantai, serta mendukung pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan di daerah tersebut.

2. METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Pelaksanaan program ini dilakukan melalui tujuh tahapan yang terstruktur dan melibatkan berbagai pihak terkait, mulai dari masyarakat desa hingga para pelaku UMKM setempat. Berikut adalah metode pelaksanaan yang digunakan :

2.1 Persiapan dan Koordinasi

Tahap ini adalah tahap awal yang dilakukan pada kegiatan pengabdian, ada beberapa kegiatan yang dilakukan, diantaranya :

- a. Identifikasi Stakeholder :
Mengidentifikasi dan mengajak partisipasi berbagai pihak yang terkait, termasuk perangkat desa, pelaku UMKM, dan kelompok masyarakat lainnya.
- b. Pembentukan Tim Pengabdian :
Membentuk tim pengabdian yang terdiri dari ahli teknologi informasi, pengembangan pariwisata, dan ekonomi, serta melibatkan mahasiswa sebagai bagian dari tim pelaksana.
- c. Rapat Koordinasi Awal :
Mengadakan rapat koordinasi dengan semua stakeholder untuk menyusun rencana kerja, pembagian tugas, dan menetapkan target waktu.

2.2 Survei dan Pemetaan Potensi

Pada tahap ini, ada tiga kegiatan yang dilakukan, antara lain :

- a. Survei Lapangan :
Melakukan survei lapangan untuk mengidentifikasi dan mendokumentasikan potensi wisata Pantai Pengkolan serta inventarisasi produk UMKM lokal yang dapat dipromosikan.
- b. Pemetaan Potensi Wisata :
Membuat peta potensi wisata Pantai Pengkolan, termasuk titik-titik wisata yang menarik, aksesibilitas, fasilitas pendukung, dan peluang pengembangan lebih lanjut.
- c. Analisis Kebutuhan UMKM :
Mengidentifikasi kebutuhan pelaku UMKM dalam hal promosi, pemasaran, dan akses pasar, serta tantangan yang mereka hadapi.

2.3 Pengembangan Website Sistem Informasi Wisata

Tahap pengembangan ada beberapa proses, antara lain:

- a. Desain dan Pengembangan Website :
Mengembangkan website sistem informasi wisata yang *user-friendly*, mencakup informasi tentang Pantai Pengkolan, profil UMKM,

produk unggulan, serta fasilitas pemesanan online.

- b. Integrasi Fitur UMKM :
Menyediakan fitur khusus untuk UMKM lokal di website, termasuk galeri produk, informasi kontak, dan opsi pembelian online.
- c. Uji Coba Website :
Melakukan uji coba website secara internal dan eksternal dengan melibatkan masyarakat desa dan calon pengguna untuk memastikan fungsionalitas dan kemudahan akses.

2.4 Pelatihan dan Pendampingan UMKM

Setelah website dibuat, selanjutnya adalah melakukan pelatihan yang terdiri dari :

- a. Pelatihan Teknologi Digital, yaitu menyelenggarakan pelatihan untuk pelaku UMKM tentang penggunaan teknologi digital, khususnya cara memanfaatkan website untuk promosi dan pemasaran produk (Bangsawan et al., 2023).
- b. Workshop Pemanfaatan Website dengan mengadakan workshop praktis mengenai cara mengelola profil UMKM di website, mengunggah produk, serta memanfaatkan fitur pemesanan dan promosi online (Nabiyani Ali et al., 2024).

2.5 Promosi dan Evaluasi

Kegiatan terakhir pada pengabdian ini adalah :

- a. Melakukan kampanye digital melalui media sosial, blog, dan platform lainnya untuk mempromosikan website dan mengundang wisatawan serta calon pembeli untuk mengunjungi Pantai Pengkolan dan mendukung UMKM lokal (Hasugian, 2018).
- b. Mengadakan acara sosialisasi di desa dan kecamatan, mengenalkan website kepada masyarakat setempat, dan mengajak mereka untuk turut serta dalam mempromosikan potensi wisata.
- c. Membangun kemitraan dengan agen perjalanan dan operator tur untuk menjadikan Pantai Pengkolan sebagai bagian dari paket wisata yang mereka tawarkan.

2.6 Evaluasi dan Pelaporan

Melakukan evaluasi berkala terhadap implementasi program, mencakup pencapaian target, dampak terhadap UMKM, dan respons dari masyarakat serta wisatawan (Musyawah et al., 2021). Serta melakukan survey kepuasan pengguna website, baik dari sisi pelaku UMKM maupun wisatawan guna mengidentifikasi area yang perlu perbaikan. Terakhir adalah menyusun laporan akhir yang mencakup seluruh tahapan pelaksanaan, hasil yang dicapai, serta rekomendasi untuk keberlanjutan program di masa depan.

2.7 Keberlanjutan Program

- a. Pemeliharaan Website, Menyusun rencana pemeliharaan dan pengelolaan website agar tetap berfungsi optimal dan *up-to-date*, termasuk melibatkan pemuda desa atau komunitas setempat sebagai pengelola.
- b. Pengembangan Lanjutan, Mengeksplorasi kemungkinan pengembangan lebih lanjut, seperti menambah fitur-fitur baru, memperluas promosi, atau mengintegrasikan sistem pembayaran online untuk UMKM.

Metode pelaksanaan ini dirancang untuk memastikan bahwa program pengabdian ini dapat berjalan dengan lancar, melibatkan seluruh pihak terkait, dan memberikan dampak positif yang berkelanjutan bagi masyarakat Desa Kandangsemangkon.

3. HASIL PELAKSANAAN KEGIATAN

Kegiatan pengabdian ini disambut baik oleh perangkat desa Kandangsemangkon, empat kali kami melakukan kunjungan pada desa tersebut untuk mendiskusikan rencana pengembangan sistem informasi website pengenalan potensi wisata pantai pengkolan.



Gambar 1. Pertemuan dengan perangkat Desa dan Pengelola pantai serta pelaku UMKM.

Hasil pertemuan pertama dengan perangkat desa ialah mereka ingin dibuatkan sistem informasi website desa lengkap dengan fitur-fitur pengenalan wisata Pantai Pengkolan serta UMKM yang ada di Desa Kandangsemangkon. Untuk itu, ada beberapa poin penting pembahasan dalam artikel ini, antara lain efektivitas metode yang digunakan, partisipasi masyarakat, dan dampak yang dihasilkan bagi desa dan UMKM setempat.

3.1 Identifikasi Potensi Wisata dan UMKM

Langkah awal dalam program ini adalah melakukan identifikasi potensi wisata Pantai Pengkolan dan produk UMKM di Desa Kandangsemangkon. Survei lapangan yang dilakukan mengungkapkan bahwa Pantai Pengkolan memiliki daya tarik alam yang signifikan namun masih kurang populer.



Gambar 2. Tampilan Pantai Pengkolan
Sumber : Dokumen Pribadi



Gambar 3. Tampilan Pantai Pengkolan
Sumber : Dokumen Pribadi

Selain itu, banyak produk UMKM, seperti kerajinan tangan dan olahan makanan laut yang memiliki kualitas tinggi namun belum mendapatkan promosi yang memadai. Hasil dari survei ini menjadi dasar untuk mengembangkan sistem informasi berbasis web yang dirancang untuk mempromosikan potensi tersebut.



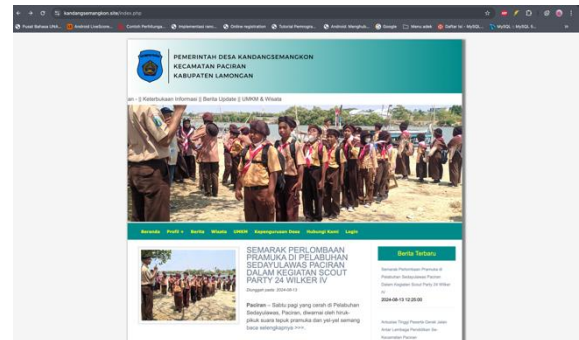
Gambar 4. Produk UMKM
Sumber : Dokumen Pribadi

3.2 Pengembangan Website Sistem Informasi Wisata

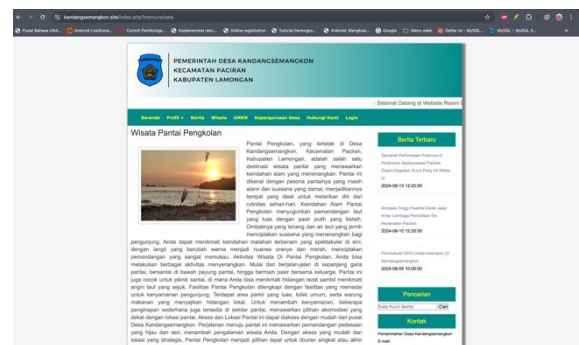
Website sistem informasi yang dikembangkan menjadi kunci dalam strategi promosi wisata dan produk UMKM (Firgia & Nurcahyo, 2021; Priyatama & Abidin, 2021). Website ini dirancang dengan fitur-fitur yang mudah digunakan, mencakup informasi tentang Desa Kandangsemangkon, Potensi Wisata Pantai Pengkolan, dan Pengenalan produk UMKM. Pengembangan website melibatkan kolaborasi dengan para dosen, mahasiswa, dan pelaku UMKM, sehingga platform yang tidak hanya informatif tetapi juga interaktif serta dapat diakses oleh berbagai kalangan.

doi: <https://doi.org/10.56190/jat.v4i1.65>, p-issn/e-issn: 2798-6624/2809-5863

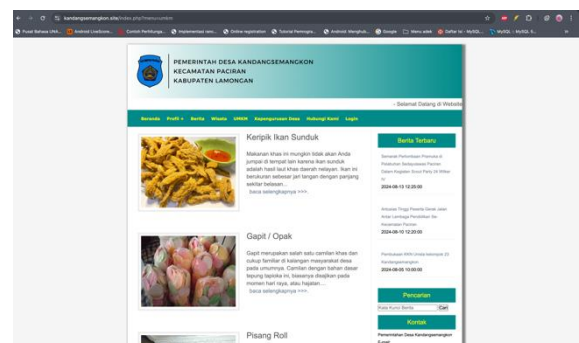
PENINGKATAN PEREKONOMIAN UMKM MELALUI PENGEMBANGAN SISTEM INFORMASI WISATA PANTAI PENGKOLAN DI DESA KANDANGSEMANGKON



Gambar 5. Halaman Utama Website
Sumber : Dokumen Pribadi



Gambar 6. Halaman Informasi Pantai Pengkolan
Sumber : Dokumen Pribadi



Gambar 7. Produk UMKM
Sumber : Dokumen Pribadi

Keberadaan website ini diharapkan mampu memperluas jangkauan promosi wisata Pantai Pengkolan ke tingkat yang lebih luas, baik secara lokal maupun regional. Website ini juga memberikan akses yang lebih mudah bagi calon wisatawan dan pembeli produk UMKM, sehingga mereka dapat merencanakan kunjungan atau pembelian dengan lebih efisien.

3.3 Pelatihan dan Pemberdayaan UMKM

Kegiatan pelatihan dan pemberdayaan bagi pelaku UMKM menjadi salah satu komponen penting dalam program ini. Pelatihan yang diberikan tidak hanya berfokus pada penggunaan teknologi digital untuk promosi dan pemasaran, tetapi juga pada pengelolaan usaha secara keseluruhan. Pelaku

UMKM dilatih untuk mengelola profil mereka di website (Anton *et al.*, 2023), mempromosikan produk, dan melayani pesan secara online melalui platform *marketplace* lainnya.

1. Partisipasi dan Respons Masyarakat

Partisipasi aktif dari masyarakat Desa Kandangsemangkon, termasuk perangkat desa dan pelaku UMKM, memainkan peran krusial dalam keberhasilan program ini. Respons positif yang diterima selama sosialisasi dan pelatihan menunjukkan antusiasme yang tinggi dari masyarakat terhadap program. Mereka menyadari bahwa peningkatan potensi wisata dan penguatan UMKM akan membawa manfaat ekonomi yang signifikan bagi desa.

Berdasarkan hasil wawancara sebanyak 10 partisipan warga masyarakat juga menunjukkan respon positif bahwa sebanyak 7 dari partisipan sangat respek pada digitalisasi dan pengembangan website ini. Sedangkan 3 lainnya tidak begitu memahami pentingnya digitalisasi.

2. Dampak dan Evaluasi Program

Sejauh ini, program pengabdian telah menunjukkan dampak yang positif, terutama dalam hal peningkatan visibilitas Pantai Pengkolan dan produk UMKM di Desa Kandangsemangkon. Dari laporan pemerintah desa yang mengoperasikan website, mengatakan bahwa banyak calon wisatawan dan pembeli yang telah mengunjungi website tersebut. Beberapa UMKM juga telah melaporkan peningkatan dalam penjualan produk mereka sejak program ini dimulai.

Evaluasi berkala menunjukkan bahwa meskipun masih ada beberapa tantangan, seperti perlunya peningkatan dalam promosi digital dan perawatan website. Namun secara keseluruhan, program ini telah berhasil mencapai tujuan awalnya. Selain itu, timbal balik dari pengguna website dan peserta pelatihan memberikan wawasan berharga yang akan digunakan untuk mengoptimalkan program di masa mendatang.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Keberhasilan program pengabdian di Desa Kandangsemangkon ditandai dengan suksesnya pengembangan dan implementasi website sistem informasi wisata. Website ini telah menjadi platform penting untuk mempromosikan potensi wisata Pantai Pengkolan dan mendukung UMKM lokal. Meskipun belum ada pengukuran visibilitas yang spesifik, respons positif dari masyarakat dan pelaku UMKM menunjukkan bahwa website tersebut berfungsi dengan baik sebagai alat promosi dan pemasaran. Saran dalam kegiatan ini adalah :

- Lanjutkan pemeliharaan rutin website serta dapat mengembangkan fitur tambahan untuk meningkatkan fungsionalitas.

- Meningkatkan promosi website dan lakukan monitoring kinerja untuk mengidentifikasi peluang perbaikan.
- Lakukan pelatihan tambahan untuk UMKM agar mereka dapat lebih efektif memanfaatkan platform digital.
- Pertimbangkan pengembangan infrastruktur di sekitar Pantai Pengkolan untuk mendukung peningkatan jumlah wisatawan.
- Dengan fokus pada pemeliharaan dan pengembangan lebih lanjut, Desa Kandangsemangkon dapat terus memanfaatkan website ini sebagai alat strategis untuk memperkuat sektor pariwisata dan ekonomi lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- Anton, A., Maruloh, Nurlela, S., Situmorang, C. A., & Alfarizy, V. F. (2023). Pelatihan Penggunaan Website dan SEO Untuk Meningkatkan Pengunjung Website UMKM. *Majalah Ilmiah UPI YPTK*. <https://doi.org/10.35134/jmi.v30i2.156>
- Astar, S. E. (2021). Pemanfaatan Media Informasi Website Promosi (e-Commerce) sebagai Upaya Peningkatan Pendapatan UMKM. *Jurnal Teknologi Dan Bisnis*, 3(2). <https://doi.org/10.37087/jtb.v3i2.93>
- Bangsawan, S., MS, M., Nama, G. F., & Febrian, A. (2023). Pelatihan dan Pendampingan Desain Digital Content Marketing. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 3(3). <https://doi.org/10.33379/icom.v3i3.2947>
- Fadlullah, A., Pradana, A., Harto, D., Rudy, Hudaiby Hanif, K., & Perangin Angin, N. H. (2023). Digitalisasi informasi dan promosi potensi desa melalui pengembangan website desa. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 6(3). <https://doi.org/10.33474/jipemas.v6i3.19413>
- Firgia, L., & Nurcahyo, A. C. (2021). Perancangan Dan Pembuatan Company Profile Berbasis Website Sebagai Media Promosi Dan Informasi Pada Sekolah Tinggi Teologia Ekklesia Pontianak. *Journal of Information Technology*, 1(2). <https://doi.org/10.46229/jifotech.v1i2.198>
- Hasugian, P. S. (2018). Perancangan Website Sebagai Media Promosi Dan Informasi. *Journal Of Informatic Pelita Nusantara*, 3(1).
- Kusuma, G. P., Prima Kurniati, A., Atastina, I., Maharani, W., Ervina, E., Aji Gunadi, G., Wijaya, Y. A., Purwanto, Z. B., & Al Giffari, M. Z. (2023). Implementasi Website sebagai Media Promosi Desa Wisata Kemawi. *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat Dan Corporate Social Responsibility (PKM-CSR)*, 6. <https://doi.org/10.37695/pkmsr.v6i0.2060>

- Laluma, R. H., Gunawansyah, G., Sugiarto, B., Kusmadi, K., Alhafidh, H. I., Ardyansyah, M. A., & Viransyah, V. (2022). APLIKASI WEBSITE DESA WANGUNSARI LEMBANG DALAM MENINGKATKAN PROMOSI DAERAH. *Jurnal Abdimas Sang Buana*, 3(2). <https://doi.org/10.32897/abdimasusb.v3i2.1878>
- 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). <https://doi.org/10.30595/jppm.v6i1.7667>
- Musyawaroh, M., Cahyono, U. J., Marlina, A., Pramesti, L., Daryanto, T. J., Sumaryoto, S., Suroto, W., Suastika, M., & Mustaqimah, U. (2021). Strategi Promosi Potensi Desa Untuk Menunjang Pembentukan Desa Agrowisata Puntukrejo Ngargoyoso Karanganyar. *Senthong*, 4(2).
- Nabiyan Ali, S., Prasetyo, D. A., Nurzatifah, N., Hidayat, S., & Ali, I. (2024). Pengembangan Sistem Informasi Desa Untuk Mengenalkan Potensi Dan Produk Unggulan Desa Bojong Kemang Berbasis Web Framework. *PRAXIS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1). <https://doi.org/10.47776/praxis.v2i1.758>
- Priyatama, N., & Abidin, M. R. (2021). Perancangan Desain Prototipe Website Umkm. *Jurnal Barik*, 1(3).
- Rusdi, R., Armiani, A., & Murjana, I. M. (2023). Pengaruh Media Sosial, E-Commerce, dan Website terhadap Kinerja UMKM pada UMKM Tenun di Lombok Tengah. *Kompeten: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 1(4). <https://doi.org/10.57141/kompeten.v1i4.24>
- Sutisna, N., Mutohari, A. S., Wijaya, A., Rachmawati, I., Parman, S., & Iriani, D. (2023). PERANCANGAN MEDIA PROMOSI WEBSITE DESA WISATA SITIWINANGUN. *Jurnal Digit*, 13(1). <https://doi.org/10.51920/jd.v13i1.323>
- Wibowo, F. W., Salam, A., Yunadi, A., Kamal, A. H., Sujono, R. I., Ismiati, B., Rafi, M., Suryono, A., & Yahya, A. (2023). PELATIHAN PENGELOLAAN BISNIS SYARIAH PADA PELAKU UMKM DI DESA WISATA BANJARAN. *Jurnal Abdi Insani*, 10(2). <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v10i2.866>
- Widjojo, H., Munansa, D. A., Diego, G., Vanneshia W., J., Putra, R. I., & Christina, S. N. (2022). Pengaruh Website UMKM terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 6(6). <https://doi.org/10.24912/jmbk.v6i6.20776>