



**PARTISIPASI DAN AKSI WARGA DALAM MEMBANGUN PLATFORM E-COMMERCE
KOLABORATIF UNTUK PEMBERDAYAAN MASYARAKAT KAMPUNG LONTONG
SURABAYA**

*Citizen Participation and Action In Building a Collaborative E-Commerce Platform for the
Empowerment of the Community in Kampung Lontong, Surabaya*

**Hendro Margono*, Imam Yuadi, Yunus Abdul Halim, Ragil Tri Atmi, Indah Nur Maulidya,
Berlian Savitri, Hilwah, Ollyvia Pujasari Anggraini, Yasmina Sholihatunnisa, □ Muhammad
Naufal Zaafarani**

Departemen Informasi dan Perpustakaan, Universitas Airlangga

Jalan Airlangga 4-6. Airlangga, Kecamatan Gubeng, Kota Surabaya, Jawa Timur 60286

*Alamat korespondensi: hendro.margono@fisip.unair.ac.id

(Tanggal Submission: 7 April 2026, Tanggal Accepted : 28 Juli 2026)



Kata Kunci :	Abstrak :
<i>Partisipasi, Aksi Warga, Pengelolaan Website, Pemberdayaan Masyarakat, Kampung Lontong Surabaya</i>	Kampung Lontong Surabaya memiliki potensi besar sebagai destinasi unik yang dikenal dengan sentra produksi lontong tradisional. Berbagai sektor pada saat ini telah terampil pada hal digitalisasi terutama dalam dunia bisnis, kampung lontong Surabaya memiliki permasalahan dalam pelaksanaan digitalisasi bisnis yaitu terbatasnya pengetahuan UMKM mengenai pengelolaan bisnis yang diterapkan dengan konsep digital dan terbatasnya pengetahuan mengenai cara penggunaan serta penerapan platform digital. Upaya yang dibutuhkan dalam penyelesaian masalah ini berupa pemberdayaan masyarakat Kampung Lontong Surabaya melalui pengembangan dan optimalisasi website. Pelaksanaannya dilakukan oleh tim pengabdian masyarakat Departemen Informasi dan Perpustakaan Universitas Airlangga dengan menerapkan metode PAR (Participatory action research) yang mengutamakan partisipasi aktif seluruh masyarakat dalam kegiatan yang diselenggarakan. Kegiatan yang dilaksanakan dimulai dari sosialisasi, pendampingan serta pelatihan website e-commerce dan media sosial sebanyak tiga kali pertemuan, penyelenggaraan perlombaan berbasis promosi acara lokal atau wisata kuliner yang diadakan di Kampung Lontong, dan tahap akhirnya berupa monitoring sekaligus evaluasi secara berkala. Pengetahuan warga kini tercatat dan tersebar lewat media digital, serta membuka kesempatan kerja sama dengan media dan mitra wisata edukasi. Program pengabdian masyarakat di Kampung Lontong Surabaya telah berhasil meningkatkan kapasitas masyarakat dalam mengelola media promosi digital, khususnya melalui website dan media

sosial, serta mengaktifkan kembali peran paguyuban sebagai komunitas dalam masyarakat.

Key word :

*Participation,
Community
Action, Website
Management,
Community
Empowerment,
Kampung
Lontong
Surabaya*

Abstract :

Kampung Lontong Surabaya has great potential as a unique destination known for its traditional lontong production center. Despite this potential, the community faces challenges in business digitalization. The main problems include limited knowledge of UMKM regarding business management integrated with digital concepts and the use of digital platforms. To address this, efforts were made through community empowerment, particularly by developing and optimizing a website as a digital promotion medium. The community service team applied the Participatory Action Research (PAR) method, emphasizing active participation of residents in every stage. Activities included socialization, mentoring, and training on e-commerce websites and social media through three sessions, followed by competitions that promoted local events and culinary tourism in Kampung Lontong. The final stage consisted of periodic monitoring and evaluation to ensure sustainability. As a result, residents' knowledge is now documented and distributed through digital media, strengthening their capacity in managing online promotional tools. The program not only produced tangible outputs but also created opportunities for collaboration with external partners such as media and educational tourism networks. Moreover, it successfully reactivated the role of community associations as collective actors in developing Kampung Lontong as a digitally adaptive community.

Panduan sitasi / citation guidance (APPA 7th edition) :

Margono, H., Yuadi, I., Halim, Y. A., Atmi, R. T., Maulidya, I. N., Savitri, B., Anggraini, O. P. A., Sholihatunnisa, Zaafarani, M. N. (2026). Partisipasi dan Aksi Warga dalam Membangun Platform E-Commerce Kolaboratif untuk Pemberdayaan Masyarakat Kampung Lontong Surabaya. *Jurnal Abdi Insani*, 13(7), 167-178. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v13i7.3963>

PENDAHULUAN

Usaha, Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia, sebab dalam pertumbuhan ekonomi daerah UMKM dapat menciptakan lapangan pekerjaan. Kegiatan UMKM merupakan salah satu bidang usaha yang dijamin dapat berkembang dan konsisten dalam suatu perekonomian (Jefri, 2021). Kontribusi UMKM terhadap perekonomian nasional sangat signifikan hingga mencapai sekitar 40% dari Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap sekitar 88% tenaga kerja nasional (Atmi *et al.*, 2025). Pada wilayah daerah pulau Jawa berdasarkan survei UMKM tahunan yang dilakukan pada tahun 2019 menurut Melianti & Ferrinadewi (2023) mempunyai jumlah UMKM yang besar hingga mencapai angka 4,3 juta. Peranan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam ekonomi negara sangat penting, baik untuk menciptakan pekerjaan maupun untuk penyebaran penghasilan. Keadaan tersebut berubah secara signifikan ketika pandemi COVID-19 terjadi pada tahun 2020, yang menyebabkan penurunan kegiatan ekonomi masyarakat. Pandemi COVID-19 memberikan pengaruh signifikan bagi keberlangsungan UMKM dengan adanya pembatasan interaksi sosial dan penurunan daya beli masyarakat mengakibatkan banyak pelaku UMKM mengalami penurunan omzet dan kesulitan mempertahankan usaha mereka (Setiawan & Mochlasin, 2024). Melianti & Ferrinadewi (2023), menyatakan bahwa 82,9% UMKM merasakan dampak negatif dari adanya pandemi COVID-19, dalam pengamatannya terhadap hasil survei beberapa lembaga seperti BPS, Bappenas, dan Bank Dunia menunjukkan bahwasanya banyak



pelaku UMKM kesulitan bertahan sebab mengalami kesulitan dalam memenuhi biaya operasional usaha.

Pasca pandemi merupakan momentum penting bagi para pelaku UMKM untuk segera melakukan pengembangan dan adaptasi dengan perkembangan teknologi, namun dalam pelaksanaannya terdapat masalah yang dihadapi yaitu keterbatasan akses pemasaran dan rendahnya pemanfaatan teknologi digital terkhususnya pemanfaatan *e-commerce* sebagai media pemasaran dan transaksi digital untuk perluasan jangkauan pasar (Affan, 2022). Affan (2022), menyatakan bahwa terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi dalam pemanfaatan teknologi oleh para UMKM seperti keterbatasan literasi digital, rendahnya kepercayaan pada platform digital, dan kurangnya fasilitas yang mendukung interaksi penjual dan pembeli. UMKM pada tingkat komunitas banyak bergantung pada proses pemasaran tradisional dan jejaring lokal, sehingga peluang untuk menjangkau pasar yang lebih luas juga terbatas. Kondisi ini terjadi pada komunitas UMKM Kampung Lontong Surabaya sebagai pelaku usaha yang sebagian besar masih berada pada proses penjualan langsung dan promosi konvensional (Atmi *et al.*, 2025).

Kampung Lontong Surabaya merupakan salah satu destinasi unik yang dikenal sebagai sentra produksi lontong tradisional. Sebagian besar masyarakat di kawasan ini menjalankan usaha rumahan berskala mikro, memproduksi lontong yang juga menjadi ciri khas daerah ini. Era digital yang semakin pesat perkembangannya, media promosi berbasis digital menjadi sangat penting untuk memperluas jangkauan Kampung Lontong sebagai destinasi wisata edukasi dan kuliner. Digitalisasi bisnis menjadi permasalahan umum tidak terkecualikan Kampung Lontong, yaitu terbatasnya pengetahuan UMKM mengenai pengelolaan bisnis yang diterapkan dengan konsep digitalisasi dan terbatasnya pengetahuan mengenai cara penggunaan serta penerapan platform digital. Berdasarkan penelitian di Kediri, kurangnya literasi digital merupakan kendala utama bagi UMKM dalam berkembang pada era ekonomi digital (McDermott *et al.*, 2025). Selama masyarakat kampung lontong Surabaya tidak memanfaatkan media digital secara optimal maka potensi kehilangan peluang menarik pelanggan baru dan meningkatkan volume penjualan produk semakin besar.

Tim pengabdian masyarakat Ilmu Informasi dan Perpustakaan Universitas Airlangga sebelumnya telah meluncurkan sebuah web pada pertengahan tahun 2024 yang berguna sebagai media promosi digital dan dapat meningkatkan visibilitas usaha serta memperluas jangkauan pasar UMKM. Penggunaan platform digital meningkatkan interaksi antar pelaku usaha dan konsumen hal tersebut sesuai dengan pernyataan Atmi *et al.* (2025), menyatakan bahwa penggunaan teknologi digital menjadi salah satu strategi utama dalam memberdayakan UMKM yang berbasis komunitas. Keberlanjutan program ini dijamin melalui SDGs 9 dan 8 (Industry, Innovation and Infrastructure & Decent Work and Economic Growth), dengan tujuan untuk mengatasi masalah yang dihadapi oleh komunitas (Aji & Kartono, 2022). Tujuan utama dari kegiatan ini adalah memberdayakan masyarakat Kampung Lontong melalui pengembangan dan optimalisasi website. Kegiatan ini dirancang untuk meningkatkan kemampuan pengelolaan website, memperluas akses terhadap peluang kerjasama dengan pihak eksternal, dan memaksimalkan potensi Kampung Lontong sebagai destinasi wisata kuliner serta pemererat kerukunan warga. Beberapa tujuan spesifik lainnya seperti meningkatkan keterampilan pengelola pada anggota paguyuban Kampung Lontong dalam pengelolaan pengembangan dan optimalisasi website, mengaktifkan kembali peran paguyuban sebagai penggerak kegiatan komunitas warga, meningkatkan kerukunan warga melalui pembuatan website, juga memperluas eksistensi kampung lontong. Fokus pengabdian masyarakat terdiri dari sosialisasi, pelatihan, pembuatan acara sebagai konten, monitoring dan evaluasi.

Hadirnya program kolaboratif hasil dari Tim pengabdian masyarakat Ilmu Informasi dan Perpustakaan Universitas Airlangga 2025 dengan pengurus maupun warga setempat wilayah kampung lontong Surabaya diharapkan mampu meningkatkan berbagai aspek di Kampung Lontong, seperti optimalisasi media promosi digital baik dari segi pengembangan dari website maupun media sosial,

penguatan keterampilan pengelolaan, pengaktifan kembali peran paguyuban, dan pemanfaatan acara lokal untuk mendorong pertumbuhan ekonomi serta kesejahteraan warga.

METODE KEGIATAN

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Masyarakat dilaksanakan pada bulan Mei hingga Juni 2025 pada Kampung Lontong Surabaya, yang terletak di kawasan Banyu Urip Lor X-XI Kelurahan Kupang Krajan, Kecamatan Sawahan, Surabaya. Mitra yang menjadi sasaran dalam pengabdian masyarakat ini merupakan pelaku UMKM anggota koperasi sebagai perwakilan kampung lontong Surabaya dan anggota komite paguyuban kampung lontong dengan jumlah mitra yang ikut berpartisipasi sebanyak 18 orang. Setiap tahapan kegiatan pengabdian masyarakat dirancang sesuai dengan kebutuhan masyarakat kampung lontong Surabaya sehingga dapat menyelesaikan masalah utama yang terjadi. Metode pelaksanaan kegiatan memiliki empat tahap utama yaitu sosialisasi, pendampingan dan pelatihan, menyelenggarakan perlombaan konten kreatif dan informatif dengan konsep kolaborasi warga, dan monitoring serta evaluasi. Kegiatan pengabdian masyarakat ini sesuai dengan penerapan metode PAR (*Participatory action research*) yang mengatakan bahwa komponen pendekatan berupa partisipasi aktif, pembelajaran kolaboratif, pemberdayaan pengembangan kompetensi, hingga pencapaian agenda dan kegiatan sosial dapat menghasilkan peningkatan dalam *social-emotional and cognitive development*, keterampilan dalam kepemimpinan, serta memunculkan peluang hadirnya agen perubahan di sebuah komunitas (Shamrova & Cummings, 2017). Semua kegiatan yang diselenggarakan bersifat kolaboratif tidak hanya dari tim pengabdian masyarakat Ilmu Informasi dan Perpustakaan Universitas Airlangga saja tetapi juga dari semua elemen dari paguyuban dan masyarakat kampung lontong Surabaya.

1. Sosialisasi

Sebagai awal tahapan yang dilakukan adalah sosialisasi serta memberikan edukasi terkait urgensi dalam meningkatkan produktivitas website. Kegiatan ini diselenggarakan kurang lebih satu jam di balai RW paguyuban dihadiri oleh tim pengabdian masyarakat yang terdiri dari dosen dan mahasiswa, 10 orang pelaku UMKM anggota koperasi kampung lontong Surabaya sebagai perwakilan, 6 orang dari komite paguyuban kampung lontong Surabaya, dan 2 sasaran pengelola website kampung lontong Surabaya. Adapun materi yang disampaikan kepada peserta sosialisasi yaitu kebermanfaatan dalam mengembangkan serta mengoptimalkan website sebagai media promosi, agar dapat menampilkan website yang menarik dan dinamis. Sesi diskusi turut diselenggarakan untuk mengetahui tantangan dan peran pada mitra dalam proses pengembangan bersama tim pengabdian masyarakat sehingga motivasi dan komitmen mitra tetap terjaga dalam meningkatkan pengoptimalan website.

2. Pendampingan Pelatihan

Tahap kedua adalah melakukan pendampingan serta melaksanakan pelatihan lanjutan mengenai pengelolaan, pengembangan, dan optimalisasi website sebagai media e-commerce wisata edukasi kampung lontong selama kurang lebih 3 kali pertemuan dalam sebulan secara tatap muka. Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan dengan cara memberi pengetahuan dasar mengenai website dan melatih masyarakat maupun sasaran yang terlibat dalam mengelola website secara lebih intens hingga dapat bertambah kemampuan dalam melakukannya secara mandiri. Tahap awal pendampingan pelatihan dibentuknya juga tim admin atau pengelola website dan media sosial sesuai dengan tujuan dan solusi dari rancangan yang telah dibuat. Tim pengabdian masyarakat Ilmu informasi dan perpustakaan 2025 memiliki peranan sebagai pelatih dan pendamping terhadap reorganisasi media sosial sebagai media promosi produk serta dalam pembuatan konten informatif dan kolaboratif dengan semua warga kampung lontong Surabaya.

3. Penyelenggaraan Perlombaan Kreatif dan Informatif

Kegiatan tahap ketiga yaitu menyelenggarakan perlombaan memasak dengan konsep kolaborasi warga yang memanfaatkan lontong sebagai komponen utama dalam menu masakan sebagai salah satu bentuk promosi terbesar dari hasil pendampingan dan pelatihan selama kurang lebih satu bulan. Paduan kolaborasi antar warga setempat dengan konten kreatif berbasis promosi acara lokal atau wisata kuliner yang diadakan di Kampung Lontong, menjadi acuan agar menarik minat wisatawan dan pengunjung untuk datang langsung pada perlombaan Kampung Lontong Food Festival (KLoFF).

4. Monitoring dan Evaluasi

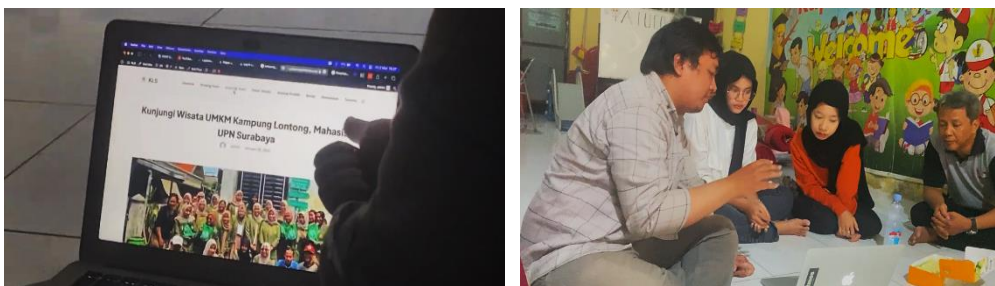
Akhir tahapan tim pengabdian masyarakat melakukan monitoring dan evaluasi secara berkala terhadap kemajuan proses operasional penggunaan website dan media sosial sebagai media penyebarluasan informasi kepada masyarakat mengenai kegiatan yang terdapat di kampung lontong Surabaya. Selain memantau, tim pengabdian masyarakat juga sering ikut terlibat dalam proses diskusi mengenai proses selama pendampingan, kendala, dan hasil pendampingan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kampung lontong Surabaya berbentuk paguyuban yang tidak hanya sebagai penggerak ekonomi tetapi juga dalam segi sosial dan budaya, penurunan peran yang terjadi dalam pelaksanaan lingkup dapat mempengaruhi kinerja dan output. Partisipasi masyarakat memiliki nilai penting karena dengan terjadinya proses partisipasi upaya dalam meningkatkan kapasitas SDM, pemikiran kritis, dan kesadaran atas hak serta peran dalam merencanakan masa depan daerahnya dapat segera diterapkan (Selvia *et al.*, 2025). Varga *et al.*, (2026) menyatakan bahwa, implementasi dari suatu inovasi sosial dapat memberikan dampak positif bagi peningkatan kualitas hidup dan memungkinkan terciptanya kolaboratif inovatif, semua ini tidak mungkin terjadi tanpa hadirnya partisipasi aktif warga. Penurunan peran di sebuah komunitas tidak sesuai dengan prinsip metode PAR (*Participatory action research*) salah satunya yaitu prinsip partisipasi aktif dari masyarakat, seluruh kegiatan diperlukan kehadiran keterlibatan peran dari tiap elemen masyarakat dan kekolaboratifan dari fasilitator dan warga setempat (Khabbaz *et al.*, 2026). Kampung lontong Surabaya yang bersifat paguyuban membuat hubungan antara kebersamaan dan produktivitas perlu dirawat serta diperkuat, produk hasil dari kampung lontong Surabaya sebenarnya telah memiliki kualitas rasa dan kemasan yang baik, namun belum mampu menembus pasar yang lebih luas karena memakai strategi promosi yang masih konvensional dan belum terintegrasi dengan sistem *e-commerce* ataupun media sosial secara maksimal. Kajian di Banyumas mengindikasikan bahwa kerjasama antar-desa dalam memajukan ekonomi desa tidak berhasil, disebabkan oleh strategi pembangunan yang tidak sejalan dengan potensi lokal, institusi yang kurang kuat, serta minimnya partisipasi Masyarakat (Harsanto & Wahyuningrat, 2024). Upaya kerja sama pada paguyuban perlu dikerahkan dengan optimal untuk meningkatkan dan mengembangkan nilai dari nama kampung lontong Surabaya dengan didukung perencanaan dan metode-metode pemasaran berbasis sistem *e-commerce*.

1. Pelaksanaan Sosialisasi

Pelaksanaan pengabdian masyarakat oleh departemen informasi dan perpustakaan Universitas Airlangga dilakukan dengan tahap awal yaitu sosialisasi terkait tujuan diadakan pengabdian masyarakat beserta program kerja yang dilakukan secara kolaboratif dengan partisipatif warga kampung lontong Surabaya. Komunitas perlu memahami proses perencanaan serta cara-cara di mana mereka dapat memberikan kontribusi dalam proses (Aji & Kartono, 2022). Sasaran pengabdian masyarakat pada sosialisasi ini terdiri dari komite paguyuban kampung lontong, perwakilan UMKM anggota koperasi, dan calon pengelola website dan media sosial, dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Sosialisasi peningkatan produktivitas dan visibilitas pada website kampung lontong Surabaya

Sosialisasi dipilih menjadi awal pembuka kegiatan pengabdian masyarakat oleh departemen informasi dan perpustakaan Universitas Airlangga agar masyarakat kampung lontong Surabaya memiliki pemahaman awal terkait tujuan, manfaat, dan bentuk kegiatan yang akan berjalan sehingga dapat membangun persetujuan dari kesepakatan bersama dengan hal ini kegiatan yang berjalan sesuai kebutuhan mitra. Wijaya *et al.* (2025), juga menyatakan bahwa tahap sosialisasi pada awal penting dilakukan selain untuk membangun komitmen dan partisipasi aktif juga untuk mengubah posisi masyarakat yang semula hanya sebagai objek menjadi subjek (pelaku aktif) yang turut mengeksplorasi potensi dan masalah bersama-sama. Hasilnya kegiatan pengabdian ini difokuskan pada penguatan kapasitas digital warga dalam pembuatan dan pengelolaan website dan media sosial serta kolaborasi berbasis komunitas melalui koperasi sentra mandiri dan kegiatan festival, dengan lama pelatihan dan pendampingan yang diberikan selama satu bulan dengan tiga kali pertemuan secara tatap muka dan dilanjut dengan monitoring serta evaluasi rutin bertahap.

2. Pendampingan Pelatihan Pengembangan Website Sebagai Media E-Commerce

Kegiatan pengaktifan kembali media sosial kampung lontong Surabaya sebagai sarana promosi produk dan pembuatan konten informatif yang melibatkan warga dilakukan beriringan dengan pelatihan pengembangan website kampung lontong Surabaya yang dilakukan sebanyak tiga kali pertemuan. Peningkatan pengetahuan sering kali di mulai melalui pelatihan teknis yang disesuaikan dengan kebutuhan dan permasalahan yang terjadi (Idajati *et al.*, 2016). Pengembangan website kampung lontong Surabaya perlu dilakukan untuk dapat menjaga domain dan hosting website terbaru sesuai waktunya sehingga tidak sampai terjadi kadaluarsa, menjaga struktur website mencegah dan menghindari terjadinya website dihack, selain itu pengembangan website dilakukan untuk dapat terus meningkatkan visibilitas website beserta isinya agar terdapat peningkatan pada tiap bulannya. Media sosial kampung lontong Surabaya dikembangkan untuk dapat melakukan updating konten sehingga dapat menunjukkan keaktifan dari kampung lontong Surabaya sejauh apa kepada audiens. Pendampingan pengembangan media sosial juga dilakukan untuk memenuhi proses evaluasi yang sesuai terkait hasil editan konten yang layak diunggah, target yang diberikan bagi tim media sosial adalah setidaknya minimal terdapat 4 konten terunggah tiap bulannya baik dalam media sosial maupun website, dapat dilihat pada gambar 2.



Gambar 2. Pendampingan pelatihan website dan media sosial

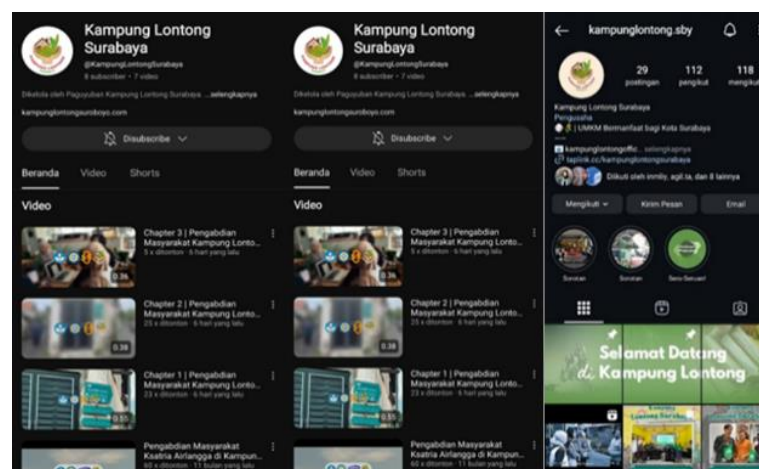
Pelatihan yang dilaksanakan tiga kali dilakukan secara bertahap pada tiap minggu, bentuk penyampaian materi dan praktik yang dilakukan oleh tim pengajar juga berbeda dan bertahap seiring dari perkembangan progres hasil pelatihan. Menurut Jefri (2021) pelatihan Musrenbang (Musyawarah Perencanaan Pembangunan) secara daring di Kecamatan Rungkut telah menunjukkan pengaruh yang besar dalam meningkatkan pemahaman masyarakat, terutama mengenai proses perencanaan, partisipasi dalam perencanaan, dan penetapan prioritas pembangunan. Pelatihan menjadi kegiatan penting untuk dijalankan dalam tahap perencanaan kepada para peserta agar output atau hasil yang diharapkan dapat tercapai dan menjadi hal keberlanjutan. Setiabudhi dkk. (2025), menyatakan bahwa pelatihan disertai juga pengenalan teknologi yang tepat memberikan dampak langsung pada hasil kerja seperti pada program pemberdayaannya menunjukan bahwa pelatihan teknis pengemasan yang dilakukan menunjukkan peningkatan produktivitas usaha sebesar 10%.

- a. Pertemuan pertama dilaksanakan pada 2 Mei 2025 untuk memberikan pengetahuan dasar dari tata kelola website beserta *tools* yang dapat digunakan untuk menunjang kinerja operasional dan optimalisasi penampilan konten yang informatif, kegiatan ini membantu para masyarakat terutama pemuda-pemuda kampung lontong Surabaya dalam memberitakan aktivitas wisata atau kegiatan produktivitas melalui website dan media sosial. Pendampingan selama proses transfer pengetahuan secara interaktif akan mendorong lahirnya kebermanfaatan dan semangat baru terhadap pelaku usaha untuk berkembang (Murtiningsih & Caroline, 2024).
- b. Pertemuan kedua pada tanggal 15 Mei 2025 dilaksanakan pelatihan kepada peserta calon pengelola website dan media sosial, tim pelatih mulai memberikan pelatihan berupa praktik yang lebih interaktif terhadap operasional website para peserta mulai berlatih cara penulisan berita untuk menginformasikan kepada masyarakat umum terkait segala informasi wisata edukasi kampung lontong Surabaya ataupun kegiatan masyarakat setempat. Latihan kepenulisan dijalankan oleh tim pelatih dengan memperkenalkan struktur penulisan berita yang baik, benar, menarik, dan mudah dipahami oleh peserta calon pengelola dari pihak mitra. Pelatihan juga berjalan beriringan dengan praktik kegiatan tata cara penyusunan visual pendukung agar berita yang disajikan tampak lebih hidup dan profesional. Salah satu output dari pelatihan praktik pertemuan kedua ini adalah dimulainya para peserta dari pihak mitra mencoba untuk membuat berita di website kampung lontong Surabaya terkait kegiatan pelatihan yang diselenggarakan pada pada tanggal 15 Mei 2025, dapat dilihat pada gambar 3 .



Gambar 3. Hasil penulisan berita oleh peserta pelatihan

- c. Pertemuan ketiga dalam pelatihan oleh tim pengmas dilaksanakan pada tanggal 24 Mei 2025 dengan pembahasan mengenai penguatan pelatihan website dan media sosial. Pelatihan mengenai peningkatan website dan media sosial ini adalah suatu kegiatan yang ditujukan untuk memperkuat kemampuan peserta dalam menggunakan teknologi digital sebagai alat untuk informasi dan komunikasi. Peserta juga turut dilibatkan secara langsung untuk mempraktikkan cara pengelolaan keduanya. Peserta akan dilatih untuk menciptakan dan memperbarui konten di situs web, memahami struktur dasar pengelolaan melalui platform yang digunakan, serta menerapkan prinsip dasar SEO agar informasi yang disebarluaskan lebih mudah diakses oleh masyarakat. Selain itu, pelatihan ini juga memperbaharui website Kampung Lontong dengan menampilkan profil koperasi yang terbaru, sehingga koperasi dapat lebih aktif dalam memberikan manfaat, termasuk penyediaan beras bagi anggota dan pemesanan lontong dalam jumlah besar, dapat dilihat pada gambar 4.



Gambar 4. Perubahan tampilan website kampung lontong Suarabaya

Pada media sosial, pelatihan akan mencakup pengembangan strategi konten, pembuatan desain grafis yang sederhana, teknik penulisan naskah yang menarik, serta analisis kinerja unggahan melalui fitur wawasan. Tujuan utama dari kegiatan ini adalah memaksimalkan penggunaan media sosial sebagai alat untuk menyebarkan informasi dan mempromosikan produk-produk Kampung Lontong, termasuk paket kunjungan wisata edukasi untuk UMKMs. Melalui program pelatihan ini, peserta akan dibimbing untuk menghasilkan konten kreatif dengan memanfaatkan analisis tren di platform media sosial, sehingga konten tersebut dapat

lebih efektif menjangkau pengguna dan meningkatkan daya tarik promosi, dapat dilihat pada gambar 5.



Gambar 5. Tampilan sosial media kampung lontong Surabaya

Pelatihan literasi digital terbukti dapat meningkatkan kemampuan UMKM dalam memanfaatkan media sosial dan e-commerce untuk promosi serta pengelolaan usaha, yang pada akhirnya memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing (McDermott *et al.*, 2025). Bernadhed *et al.* (2026), menyatakan bahwa pemanfaatan dan penguasaan teknologi dan media digital pada UMKM Jambuku di kampung Gemplakan Atas membuahkan hasil peningkatan rata-rata pemahaman peserta hingga 35%-45%. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Rochmadi *et al.* (2025), bahwa pelatihan penguasaan teknologi dan media digital membantu pelaku usaha menguasai pembuatan konten visual, teknik *copywriting* berbasis AI, hingga pengelolaan situs web profil usaha.

3. Penyelenggaraan lomba memasak dengan konsep kolaborasi acara Kampung Lontong Food Festival (KLoFF)

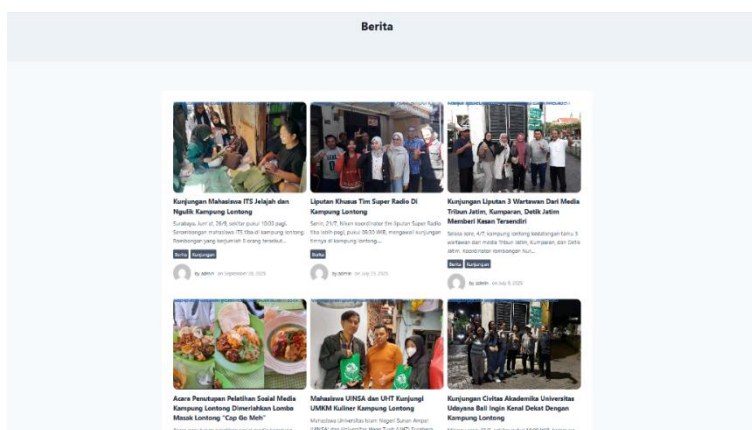
Acara penutupan pelatihan akan dilaksanakan pada hari Minggu, 15 Juni 2025, yang akan dimeriahkan dengan kompetisi memasak lontong “Cap Go Meh.” Kompetisi ini menjadi langkah awal dari program Kampung Lontong Food Festival (KLoFF) yang diharapkan dapat menjadi kegiatan tahunan. Tujuan dari lomba ini adalah untuk menciptakan hidangan khas Surabaya yang berbahan dasar lontong, sekaligus memberikan pelatihan kepada masyarakat dalam mengemas proses pembuatan tersebut menjadi konten kreatif di platform media sosial. Kegiatan tersebut mendorong terjadinya interaksi dan kolaborasi antarwarga dalam menyiapkan produk lontong serta merancang konsep penyajian (*plating*) yang menarik dan inovatif. Dewan juri menilai tiga tim terbaik berdasarkan inovasi dan kelezatan hidangan, dan pemenang akan menerima hadiah sebagai bentuk penghargaan. Selain itu, kegiatan ini juga menghasilkan berbagai konten digital berupa foto dan video yang dapat dimanfaatkan sebagai media promosi Kampung Lontong Surabaya di berbagai platform digital. Melalui kegiatan ini, diharapkan Kampung Lontong tidak hanya dikenal sebagai pusat kuliner khas Surabaya, tetapi juga semakin hadir di ruang digital melalui situs web dan media sosial, dapat dilihat pada gambar 6.



Gambar 6. Acara kampung lontong food festival (KLoFF)

4. Monitoring dan Evaluasi

Monitoring pasca pelatihan bergungsi untuk memastikan bahwa keterampilan atau pengetahuan baru benar-benar diimplementasikan secara konsisten dalam jangka panjang tidak hanya saat program pengabdian masyarakat saja (formalitas) (Dien *et al.*, 2022). Tujuan utama dari pemantauan meliputi kemampuan peserta untuk melakukan praktik secara mandiri tanpa bantuan dari tim pelaksana, konsisten dalam mengunggah konten di situs web yang terhubung dengan media sosial, serta mempertahankan komunikasi yang berkelanjutan dengan tim pelaksana. Kemampuan peserta dalam mengelola media digital merupakan tolak ukur utama dari keberhasilan pelatihan. Tim pelaksana melakukan pemantauan dan penilaian melalui komunikasi yang intensif, baik secara online maupun dengan mengunjungi lokasi secara rutin. Pengawasan dilaksanakan dengan menilai seberapa teratur dan konsisten pengurus Kampung Lontong dalam memposting konten ke situs web maupun media sosial. Apabila peserta dapat membuat konten secara mandiri dengan frekuensi yang tinggi, ini menunjukkan adanya peningkatan kemampuan serta keberhasilan dari program tersebut. Selain itu penilaian juga dilihat dari pengaruh program wisata edukasi UMKM Kampung Lontong terhadap jumlah pengunjung dan pendapatan, foto perkembangan dapat dilihat pada gambar 7.



Gambar 7. Perkembangan kegiatan kampung lontong Surabaya

Dalam penggunaan metode PAR (*Participatory action research*) tahap evaluasi sangat penting untuk menilai dampak dari seluruh kegiatan yang sudah dilakukan untuk perbaikan keberlanjutan sehingga pelaku UMKM bisa terus tetap berada di depan dengan menyempurnakan hasil kekurangan pada evaluasi (Khabbaz *et al.*, 2026). Hal ini sangat penting agar program tidak hanya berhenti di tahap pelatihan, tetapi juga dilanjutkan sebagai agenda tahunan dengan peningkatan kualitas yang terus-menerus.

KESIMPULAN DAN SARAN

Program pengabdian masyarakat di Kampung Lontong Surabaya telah sukses meningkatkan kemampuan masyarakat dalam mengelola media promosi digital, baik melalui situs web maupun media sosial, serta menghidupkan kembali peran paguyuban dalam pengembangan potensi kuliner daerah. Dengan pelatihan, sosialisasi, dan acara seperti Kampung Lontong Food Festival (KLoFF), masyarakat dapat menghasilkan konten kreatif, mengembangkan jaringan kerja sama dengan pihak luar, serta memperkuat koperasi sebagai lembaga ekonomi bersama. Dampak yang baik terlihat pada bertambahnya keterampilan digital, peningkatan produktivitas UMKM, kerja sama dalam komunitas, serta keberadaan Kampung Lontong di tingkat lokal dan digital. Namun, diperlukan bimbingan yang terus-menerus dalam bidang e-commerce, pemasaran digital, dan pengelolaan konten agar pengelolaan media digital menjadi lebih konsisten dan efektif dalam jangka panjang. Kegiatan tahunan seperti KLoFF perlu diperbesar skala pelaksanaannya dengan melibatkan sejumlah mitra strategis yang lebih banyak, agar dapat menarik perhatian yang lebih luas, berkontribusi pada penguatan identitas kuliner khas Surabaya, serta menciptakan peluang untuk mempromosikan Kampung Lontong hingga mencapai tingkat nasional bahkan internasional.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada pihak-pihak yang turut mendukung dan terlibat, sehingga kegiatan berlangsung dengan keadaan lancar sesuai yang direncanakan. Tim pelaksana mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak terkait yaitu Departemen Informasi dan Perpustakaan Universitas Airlangga, seluruh tim pelaksana, para sasaran mitra kegiatan pengabdian masyarakat serta kepada LPPM Universitas Airlangga atas dukungan pendanaan yang diberikan pada kegiatan pengabdian masyarakat Departemen informasi dan perpustakaan tahun 2025 untuk kampung lontong Surabaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Affan, M. W. (2022). Analisis Penggunaan E-Commerce: Faktor yang Mempengaruhi dan Dampaknya Bagi UMKM. *Jurnal Akademi Akuntansi*, 5(3), 392–403. <https://doi.org/10.22219/jaa.v5i3.22013>
- Aji, S. P., & Kartono, D. T. (2022). Kebermanfaat Adanya Sustainable Development Goals (SDGS). *JOSR: Journal of Social Research Mei*, 1(6), 507–512.
- Atmi, R. T., Srimulyo, K., Halim, Y. A., Pratiwi, B. N. A., Amri, U., Ismail, A., Syamsi, N. K., & 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>
- Bernadhed, B., Sulistiyono, M., & Yudhistira, N. (2026). Pemberdayaan Komunitas UMKM Kampung Gemplakan Atas Melalui Strategi Digitalisasi dalam Komunikasi Pemasaran dan Branding Produk Jambuku. *Jurnal Abdi Insani*, 12(12), 6714–6725. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v12i12.3291>
- Dien, H. E., Vista, C. B., Sabilla, W. I., Zuraida, V., & Ririd, A. R. T. H. (2022). Pelatihan Pemasaran Digital melalui Pemanfaatan Aplikasi Online Marketplace bagi UMKM di Lapak Berkah PKK Singosari Malang. *Jurnal Pengabdian UNDIKMA*, 3(3), 436. <https://doi.org/10.33394/jpu.v3i3.6030>
- Harsanto, B. T., & Wahyuningrat, W. (2024). Investigating The Keys to The Failure of Inter-Village Government Collaboration in Developing Rural Economic Potentials in Indonesia. *Regional Science Policy and Practice*, 16(5). <https://doi.org/10.1016/j.rspp.2024.100023>
- Idajati, H., Pamungkas, A., Kukinul, S. V., Fadlillah, U., Firmansyah, F., Nursakti, A. P., & Pradinie, K. (2016). Increasing Community Knowledge of Planning Process and Online Musrenbang Process in Rungkut District Surabaya. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 227, 493–497. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.06.105>



- Jefri, U. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kecamatan Puloampel Kabupaten Serang Banten. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 7(1), 15-21.
- Khabbaz, L., Kuran, O., & Youness, H. (2026). The Adaptive Enactment of Value Propositions in Fragile Economies: Evidence from Sustainable MSMEs. *Sustainable Technology and Entrepreneurship*, 5(2), 5-10. <https://doi.org/10.1016/j.stae.2026.100135>
- McDermott, R., Sagala, S., Susetyo, N. A., Insan, A., Harahap, W. D. P., Indrarini, A., & Azhari, D. (2025). The Role of Digital Participation Platforms in Risk-Informed Development: A Case Study of Surabaya, Indonesia. *Progress in Disaster Science*, 26. <https://doi.org/10.1016/j.pdisas.2025.100430>
- Melianti, R., & Ferrinadewi, E. (2023). Ketahanan Usaha Selama Pandemi COVID 19 pada UMKM di Surabaya. *e-Jurnal Kewirausahaan*, 6(1), 10-18.
- Murtiningsih, D., & Caroline, R. T. M. (2024). Digitalisasi UMKM. *Jurnal Kreativitas Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM)*, 7(3), 1387–1400. <https://doi.org/10.33024/jkpm.v7i3.13861>
- Rochmadi, T., Wahyusari, R., Handoyo, J., Riadi, I., & Muchlas, M. (2025). Peningkatan Kompetensi Digital UMKM Melalui Teknologi Kecerdasan Buatan pada Komunitas Sedulur Bakul Jogomukti Sleman. *Jurnal Abdi Insani*, 12(10), 5217–5224. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v12i10.3138>
- Selvia, S. I., Danasari, I. F., Fitri, N., Maulin, M., Sukma, L. H., Pratama, M. G., & Akbar, Z. I. A. (2025). Pemberdayaan Masyarakat Desa Mekarsari Lombok Barat Melalui Perencanaan Desa Berbasis Participatory Rural Appraisal (PRA). *Jurnal Abdi Insani*, 12(3), 1303–1310. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v12i3.2457>
- Setiabudhi, H., Soolany, C., Syafi'ah, S., Elistiana, N., & Fina, C. O. (2025). Pemberdayaan UMKM Berbasis Digital Melalui Pelatihan Keuangan dan Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Daya Saing dan Pertumbuhan Bisnis Menuju Swasembada Ekonomi. *Jurnal Abdi Insani*, 12(10), 5768–5780. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v12i10.3097>
- Setiyawan, D., & Mochlasin. (2024). Pemulihan Sektor UMKM Pasca Pandemi Covid-19 Melalui Perdagangan Internasional. *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 9(5), 3831–3841. <https://doi.org/10.30651/jms.v9i5.25145>
- Shamrova, D. P., & Cummings, C. E. (2017). Participatory Action Research (PAR) with Children and Youth: An Integrative Review of Methodology and PAR Outcomes for Participants, Organizations, and Communities. Dalam *Children and Youth Services Review*, 81, 400–412. Elsevier Ltd. <https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2017.08.022>
- Varga, K., Somosi, M. V., & Lipták, K. (2026). The Role of Social Innovation and Innovator Competencies in The Local Economic Development of Disadvantaged Settlements. *European Public and Social Innovation Review*, 11, 20-30. <https://doi.org/10.31637/epsir-2026-1643>
- Wijaya, H., Andri, C., Rachmawati, D., Dewi, N. F., & Hertin, R. D. (2025). Membangun Jalan Menuju Keberhasilan Sdgs dan Keunggulan Digital Umkm 2030 Melalui Literasi Digital dan Literasi Media pada Umkm Asinan Betawi 88 di Kota Depok. *Jurnal Abdi Insani*, 12(6), 2843–2861. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v12i6.2650>