

Digitalization of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) for Village Economic Independence in Salo Palai Village, Kutai Kartanegara

Digitalisasi UMKM untuk Kemandirian Ekonomi Desa di Desa Salo Palai Kutai Kartanegara

Ahmad Rizky Januar ¹, Erika Mukhlis ², Amelia Putri Suryana ³, Sarah Sasca Hisana ⁴, M. Sheva Hawari D. ⁵, Rahmatul Azizah ⁶, Ahmad Miftahurrizqi ⁷, Zio Adhivano ⁸, Nuraisya Septiani Putri ⁹, M. Fawwaz Praditya ¹⁰, Nurfiza Widayati ¹¹

¹ Program Studi S1 Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mulawarman, Samarinda 75119, Kalimantan Timur, Indonesia.

² Program Studi S1 Sosial Ekonomi Perikanan, Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Universitas Mulawarman, Samarinda 75119, Kalimantan Timur, Indonesia.

³ Program Studi S1 Ilmu Kelautan, Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Universitas Mulawarman, Samarinda 75119, Kalimantan Timur, Indonesia.

⁴ Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mulawarman, Samarinda 75119, Kalimantan Timur, Indonesia.

⁵ Program Studi S1 Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman, Samarinda 75119, Kalimantan Timur, Indonesia.

⁶ Program Studi S1 Pembangunan Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman, Samarinda 75119, Kalimantan Timur, Indonesia.

⁷ Program Studi S1 Kehutanan, Fakultas Kehutanan dan Lingkungan Tropis, Universitas Mulawarman, Samarinda 75119, Kalimantan Timur, Indonesia.

⁸ Program Studi S1 Teknologi Hasil Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Mulawarman, Samarinda 75119, Kalimantan Timur, Indonesia.

⁹ Program Studi S1 Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mulawarman, Samarinda 75119, Kalimantan Timur, Indonesia.

¹⁰ Program Studi S1 Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Mulawarman, Samarinda 75119, Kalimantan Timur, Indonesia.

¹¹ Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mulawarman, Samarinda 75119, Kalimantan Timur, Indonesia.

* Alamat Koresponding. E-mail: kkn51.salopalai@gmail.com; Tel. +62-8xx xxx xxx.

ABSTRACT: This article examines the implementation of a digitalization program for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) as the flagship activity of the 51st Regular Community Service Program (KKN) of Mulawarman University in Salo Palai Village, Muara Badak District, Kutai Kartanegara Regency. The program aimed to enhance local economic independence through the use of technology, focusing on improving marketing skills and expanding product reach via digital platforms. The study applied a participatory approach through socialization, training, and practical demonstrations involving MSME actors, village officials, and community members. The results indicate an increase in participants' knowledge of e-commerce, branding, and digital marketing, as well as readiness among several MSMEs to adopt online promotion strategies. Despite challenges such as limited internet infrastructure and varying levels of digital literacy, the program successfully provided an initial foundation for sustainable rural economic empowerment.

KEYWORDS: MSME Digitalization, Economic Empowerment, Village Independence, Socialization, KKN.

ABSTRAK: Artikel ini membahas implementasi program digitalisasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai kegiatan unggulan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Reguler Angkatan 51 Universitas Mulawarman di Desa Salo Palai, Kecamatan Muara Badak, Kabupaten Kutai Kartanegara. Program ini bertujuan meningkatkan kemandirian ekonomi masyarakat melalui pemanfaatan teknologi, dengan fokus pada peningkatan keterampilan pemasaran serta perluasan jangkauan produk melalui platform digital. Penelitian menggunakan pendekatan partisipatif melalui sosialisasi, peningkatan pengetahuan peserta terkait e-commerce, branding, dan pemasaran digital, serta adanya kesiapan beberapa UMKM untuk mulai menerapkan strategi promosi daring. Meski dihadapkan pada tantangan seperti keterbatasan infrastruktur internet dan literasi digital yang bervariasi, program ini berhasil memberikan fondasi awal pemberdayaan ekonomi desa yang berkelanjutan.

Kata Kunci: Digitalisasi UMKM, Pemberdayaan Ekonomi, Kemandirian Desa, Sosialisasi, Kuliah Kerja Nyata

Cara mensitasi artikel ini: Januar AR, Mukhlis E, Suryana AP, Hisana SS, Hawari MS, Azizah R, Miftahurruzqi A, Adhivano Z, Putri NS, Praditya MF, Widyati N. Digitalization of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) for Village Economic Independence in Salo Palai Village, Kutai Kartanegara. DESAMU Pros Disem KKN UNMUL. 2025; 1: 279-284.

1. PENDAHULUAN

Desa Salo Palai terletak di Kecamatan Muara Badak, Kabupaten Kutai Kartanegara, Provinsi Kalimantan Timur. Wilayah ini berada di pesisir utara Kalimantan Timur. lahan pertanian seperti perkebunan kelapa dan lada menjadi sumber mata pencaharian utama. Kondisi geografis dan demografis ini menunjukkan karakteristik desa pesisir kecil dengan keterbatasan pasar tradisional, sehingga mendorong kebutuhan pengembangan usaha mikro dan kecil untuk peningkatan kesejahteraan lokal.

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) menjadi tulang punggung ekonomi pedesaan termasuk di Kalimantan Timur. Diketahui Desa Salo Palai mempunyai luas lahan tanaman lada mencapai 169 ha dengan produktivitas kurang lebih 1,9 ton/ha, diketahui belum terdapat pemanfaatan sepenuhnya terlihat dari penjualan lada yang masih terjual dalam komoditas mentah dengan perolehan harga rendah, sehingga diperlukan diversifikasi produk (misalnya menjadi bubuk lada) dan peningkatan pemasaran guna untuk meningkatkan pendapatan desa.

digitalisasi UMKM menjadi pendekatan kunci untuk memperluas jangkauan pasar dan efisiensi usaha. Landasan teori dan hasil kajian literatur menegaskan bahwa digitalisasi memberikan manfaat signifikan bagi UMKM, seperti akses pasar yang lebih luas tanpa batasan geografis, pengurangan biaya operasional, dan komunikasi dua arah yang lebih baik (Amalia & Budiman, 2024). Digitalisasi (termasuk literasi digital dan penggunaan *e-commerce*) berpotensi secara signifikan meningkatkan pendapatan UMKM melalui perluasan pasar dan penurunan biaya operasional (Amalia & Budiman, 2024). Digitalisasi juga diyakini menciptakan lapangan kerja baru dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa.

Berdasarkan kerangka tersebut, program kerja unggulan KKN di Desa Salo Palai berupa sosialisasi dan pelatihan digitalisasi UMKM menjadi sangat relevan. Upaya ini dirancang untuk menjembatani kesenjangan informasi dan memperkuat kapasitas pelaku UMKM lokal dalam memanfaatkan teknologi digital. Diharapkan dengan sosialisasi program KKN ini tidak hanya menambah pengetahuan, tetapi juga memiliki dampak pemberdayaan ekonomi digital pada pembangunan bisnis UMKM melalui digitalisasi di Desa Salo Palai serta memberi manfaat nyata bagi pembangunan lokal dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi daerah secara berkelanjutan.

2. METODE DAN PELAKSANAAN KEGIATAN

kegiatan Sosialisasi Program Digitalisasi UMKM dilaksanakan pada Senin, 11 Agustus 2025, pukul 13.00–16.45 WITA di Aula Kantor Desa Salo Palai, Kecamatan Muara Badak, Kabupaten Kutai Kartanegara, Provinsi Kalimantan Timur

Metode kegiatan ini menggunakan pendekatan tindak-lapangan (*action research*) dimana kegiatan meliputi:

- (1) identifikasi potensi dan kebutuhan melalui observasi partisipatif dan wawancara semi-terstruktur,
- (2) intervensi berupa sosialisasi serta pelatihan digitalisasi UMKM,
- (3) pendampingan lapangan secara individual (*one-on-one*) beserta dokumentasi, serta
- (4) evaluasi awal melalui kuesioner pra-pasca dan triangulasi data. agar intervensi tidak hanya informatif, tetapi juga aplikatif dan adaptif terhadap konteks Desa Salo Palai.

Pelaksana kegiatan adalah tim KKN KUKAR 14 (10 mahasiswa) dibimbing oleh Dosen Pembimbing Lapangan dan Pendamping Lapangan. Sasaran prioritas ditetapkan melalui koordinasi dengan Kepala Desa, Ketua RT, serta tokoh UMKM; partisipan dalam sesi pelatihan terdiri dari pelaku UMKM, perwakilan PKK, karang taruna, dan warga yang menunjukkan minat. Instrumen yang digunakan meliputi panduan wawancara semi-terstruktur, kuesioner singkat (pra-dan pasca pelatihan), checklist kesiapan infrastruktur (smartphone, sinyal, listrik), materi presentasi dan modul cetak digitalisasi, serta format dokumentasi foto/video untuk video profil desa.

Secara operasional, tim terlebih dahulu melakukan koordinasi dan sosialisasi awal kepada Kepala Desa, Ketua RT, dan tokoh masyarakat untuk menetapkan sasaran prioritas UMKM dan jadwal kegiatan; selanjutnya dilanjutkan dengan pemasangan banner pemberitahuan program di titik strategis desa sebagai bentuk pengumuman publik dan penggalangan partisipasi. Pada tahap intervensi inti pada minggu ke-5 tim menyelenggarakan sesi sosialisasi terpusat di Aula Kantor Desa yang memuat materi pengenalan platform pemasaran digital, praktik pengambilan foto produk sederhana menggunakan smartphone, demonstrasi pembuatan akun media sosial/marketplace, serta prinsip pelayanan pelanggan dan pencatatan usaha sederhana; sesi ini disertai materi cetak dan daftar hadir sebagai bukti pelaksanaan.

Setelah sesi kelompok besar, pelaksanaan dilanjutkan dengan pendampingan kelompok kecil dan one-on-one di lapangan untuk membantu pelaku UMKM membuat akun, mengunggah contoh produk, dan merancang strategi pemasaran sederhana sesuai karakter produk lokal (amplang, sirup mangrove, olahan lada, dsb.).

Dokumentasi (foto, video, materi) disimpan rapi sebagai bukti kegiatan dan bahan penyusunan video profil serta modul pelatihan lanjutan; sekaligus dipersiapkan daftar rekomendasi praktis untuk tindak lanjut pendampingan UMKM.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 HASIL

1. Waktu dan lokasi: Sosialisasi Program Digitalisasi UMKM dilaksanakan pada Senin, 11 Agustus 2025, pukul 13.00–16.45 WITA di Aula Kantor Desa Salo Palai.
2. Partisipasi dan karakteristik audiens

Sosialisasi bertema Digitalisasi UMKM yang dilaksanakan di Aula Kantor Desa Salo Palai berhasil mengumpulkan partisipasi lintas unsur masyarakat desa. Peserta hadir dari kalangan pelaku UMKM lokal yang memproduksi barang makanan olahan seperti amplang dan sirup mangrove, pelaku usaha pertanian seperti petani lada, aparatur desa termasuk Kepala Desa dan staf kantor desa, ibu-ibu PKK, perwakilan karang taruna, serta warga yang menunjukkan minat untuk mengembangkan usaha. Kehadiran unsur sekolah juga tercatat dalam rangkaian kunjungan lanjutan ke SDN 008, SDN 023, dan SMPN 7 Muara Badak. Data kehadiran yang didokumentasikan dalam daftar hadir logbook menunjukkan keberagaman usia dan tingkat pendidikan peserta, dari pelaku usaha yang berpengalaman hingga generasi muda yang terlibat dalam kegiatan ekonomi lokal. Keberagaman ini memberikan gambaran bahwa intervensi digitalisasi menyentuh kelompok sasaran yang relevan untuk meningkatkan kemampuan pemasaran dan manajemen usaha skala mikro dan kecil.



Gambar 3.1. Pemaparan sosialisasi melalui slide presentasi produk



Gambar 3.2. Demonstrasi praktik pengambilan foto produk

3. Keluaran kegiatan pada hari sosialisasi dan minggu pelaksanaan

Kegiatan di aula menghasilkan beberapa keluaran yang dapat diukur secara langsung. Pertama, materi sosialisasi berupa slide presentasi dan modul singkat tentang langkah-langkah dasar digitalisasi disiapkan dan dibagikan dalam bentuk cetak sebagai modul referensi bagi peserta. Kedua, tim melakukan demonstrasi praktik pengambilan foto produk menggunakan smartphone, demonstrasi pembuatan akun media sosial dan marketplace, serta praktik unggah produk contoh. Ketiga, dokumentasi foto dan video diambil secara sistematis untuk kepentingan video profil potensi desa dan arsip kegiatan. Keempat, banner kegiatan dipasang di lokasi strategis desa sebagai bentuk publikasi dan pengumuman program. Kelima, tim mencatat daftar UMKM prioritas yang bersedia mendapatkan pendampingan lanjutan dan mengumpulkan informasi dasar tentang rantai nilai produk unggulan desa seperti lada, amplang, sirup mangrove, dan produk perikanan.



Gambar 3.3. Foto bersama para peserta dan perangkat Desa



Gambar 3.4. Foto bersama para peserta dan perangkat Desa



Gambar 3.5. Membagikan Banner ke beberapa UMKM di Desa Salo Palai

1. Perubahan pengetahuan, sikap, dan niat adopsi teknologi

Sebelum dan setelah sesi sosialisasi tim menerapkan kuesioner singkat yang mengukur tiga aspek utama yaitu pengetahuan tentang alat digital dasar untuk pemasaran, sikap terhadap pemanfaatan platform digital, dan niat untuk mencoba strategi pemasaran digital. Analisis awal terhadap kuesioner yang berhasil dikumpulkan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dasar pada sebagian besar peserta. Peserta yang awalnya belum memahami cara mengambil foto produk yang layak jual mengalami peningkatan kemampuan setelah mengikuti demonstrasi praktik. Di samping itu, terdapat perubahan sikap dari awal yang skeptis menjadi lebih terbuka terhadap potensi pemasaran online. Kuesioner juga menunjukkan bahwa sejumlah UMKM menyatakan komitmen awal untuk mencoba memasarkan produknya melalui platform digital dan meminta pendampingan lebih lanjut. Hasil ini menunjukkan bahwa sosialisasi efektif dalam mentransfer pengetahuan dasar dan membentuk niat adopsi, meskipun implementasi penuh tergantung pada tindak lanjut pendampingan.

2. Pemetaan potensi UMKM dan peluang nilai tambah produk

Kunjungan lapangan yang dilakukan pada tanggal-tanggal setelah sosialisasi menghasilkan pemetaan potensi yang terperinci. UMKM oleh-oleh amplang bernama Padaidi Karya Bersama dan UMKM sirup mangrove Wanita Pesisir teridentifikasi sebagai usaha dengan produk siap jual dan motif produksi yang dapat ditingkatkan nilai tambahnya melalui pengemasan, label, dan foto produk yang lebih baik. Kebun lada di RT 09 memiliki potensi bahan baku yang signifikan, namun selama ini pemasaran masih dilakukan secara bahan mentah. Temuan ini menunjukkan peluang diversifikasi produk seperti pengolahan lada menjadi bubuk siap pakai dan pengembangan produk souvenir berbasis hasil laut serta hasil agro. Pemetaan ini juga menegaskan prioritas pendampingan yaitu peningkatan kapasitas pemasaran digital, perbaikan pengemasan, dan pembentukan jaringan pemasaran bersama.

2.1 PEMBAHASAN

1. Kesesuaian intervensi dengan kondisi lokal dan urgensi program

Program digitalisasi UMKM yang diinisiasi oleh tim KKN KUKAR 14 sangat relevan dengan kondisi sosial ekonomi Desa Salo Palai dengan karakter desa yang relatif kecil serta keterbatasan akses pasar membuat digitalisasi menjadi strategi yang potensial untuk membuka pasar yang lebih luas tanpa memerlukan investasi infrastruktur fisik yang besar. Dengan mengedepankan sinergi kampus dan desa untuk membangun kemandirian desa serta mendukung pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan.

2. Efektivitas metode pembelajaran yang diterapkan

Kombinasi antara ceramah singkat, demonstrasi praktik, latihan langsung, dan sesi tanya jawab terbukti efektif dalam mentransfer keterampilan dasar. Demonstrasi pengambilan foto produk dan praktik pembuatan akun merupakan bentuk pembelajaran praktis yang memudahkan peserta belajar dengan cepat. Ketika peserta mendapat pengalaman langsung mengunggah contoh produk, terjadi pembelajaran yang bersifat experiential yang memfasilitasi pemahaman lebih baik dibandingkan pembelajaran yang hanya bersifat teoretis. Pendampingan kelompok kecil dan sesi *one-on-one* menjadi kunci bagi peserta yang memiliki literasi digital rendah sehingga tidak tertinggal. Keberhasilan ini tercermin pada perubahan hasil kuesioner dan bukti upload akun contoh oleh beberapa UMKM.

3. Hambatan implementasi dan keterbatasan yang signifikan

Hambatan yang cukup determinan. Yaitu keterbatasan infrastruktur internet di beberapa titik desa membatasi kemampuan pelaku UMKM untuk melakukan aktivitas pemasaran online secara konsisten. Variasi literasi digital antar pelaku UMKM menuntut pendekatan yang lebih personal dan berkelanjutan. Prioritas waktu para pelaku usaha seringkali berbenturan dengan kegiatan ekonomi sehari-hari. Aspek modal dan pengemasan produk memainkan peran penting, karena produk yang belum memiliki kemasan layak jual dan foto yang menarik akan sulit bersaing di platform digital.

4. Strategi mitigasi yang telah diterapkan dan efektivitasnya di lapangan

Strategi mitigasi yang dilakukan dalam mengatasi hambatan diantaranya Penggunaan materi cetak memastikan peserta yang tidak memiliki akses internet tetap memperoleh panduan. Pembagian peserta ke kelompok kecil serta pendampingan one-on-one mengatasi masalah literasi yang beragam. Penjadwalan kegiatan yang fleksibel dan partisipasi aktif dalam kegiatan komunitas meningkatkan tingkat kehadiran dan legitimasi program. Meskipun langkah-langkah ini efektif dalam jangka pendek, solusi jangka menengah dan panjang memerlukan keterlibatan pemangku kebijakan desa dan kecamatan untuk memperbaiki akses internet serta dukungan kelembagaan untuk program pendampingan berkelanjutan.

5. Dampak kelanjutan yang potensial dan syarat untuk realisasi manfaat jangka panjang

Dampak jangka pendek yang sudah terlihat mencakup peningkatan pengetahuan dasar, terbentuknya daftar UMKM prioritas, dan produksi materi dokumentasi promosi. Untuk merealisasikan manfaat ekonomi jangka panjang seperti peningkatan omzet dan ekspansi pasar, diperlukan tindak lanjut yang sistematis. Tindak lanjut tersebut antara lain pendampingan teknis berkelanjutan, fasilitasi pembentukan kelompok pemasaran digital, pelatihan lanjutan tentang pengemasan dan manajemen pesanan, serta akses ke layanan logistik yang memadai. Tanpa aspek pendukung ini, perubahan niat adopsi berisiko tidak berkembang menjadi perubahan praktik yang berdampak ekonomi. Hal ini konsisten dengan riset (Juwita & Handayani, 2022) yang menekankan bahwa literasi digital harus didukung ekosistem pendukung (logistik, modal, regulasi) agar memberikan dampak ekonomi nyata.

6. Keterbatasan evaluasi dan kebutuhan penelitian lebih lanjut

Analisis yang disajikan bersifat awal dan deskriptif karena durasi pengukuran yang relatif singkat serta keterbatasan jumlah data kuantitatif yang tersedia. Evaluasi lebih komprehensif memerlukan studi longitudinal yang mengukur indikator ekonomi seperti perubahan omzet, frekuensi transaksi online, dan tingkat retensi pelanggan setelah intervensi. Selain itu, studi lanjutan perlu menguji model pendampingan yang paling efektif untuk konteks desa pesisir seperti Salo Palai.

7. Rekomendasi operasional dan kebijakan berdasarkan temuan lapangan

Pertama, pelaksanaan pendampingan lanjutan dalam rentang waktu minimal tiga bulan untuk memastikan transfer keterampilan berubah menjadi praktik. Kedua, fasilitasi titik akses internet komunitas bekerjasama dengan pemerintah kecamatan atau penyedia layanan agar UMKM memiliki akses stabil untuk melakukan transaksi. Ketiga, dukungan untuk peningkatan kualitas pengemasan dan fotografi produk sebagai syarat kompetitif di pasar digital. Keempat, pembentukan kelompok UMKM digital yang dapat mengelola toko bersama dan berbagi sumber daya logistik. Kelima, monitoring dan evaluasi berkala yang melibatkan data kuantitatif penjualan untuk menilai efektivitas program dari sisi ekonomi.

Kegiatan Digitalisasi UMKM yang dilaksanakan selama periode KKN KUKAR 14 memberikan hasil awal yang positif berupa peningkatan pengetahuan dan terbentuknya kesiapan dasar di kalangan pelaku UMKM. Keberlanjutan dampak ekonomi memerlukan tindak lanjut yang sistematis dan dukungan kelembagaan. Dokumentasi foto dan video yang dikumpulkan menjadi aset penting untuk promosi dan pembelajaran lanjutan. Hasil lapangan menegaskan bahwa intervensi berbasis kampus seperti KKN memiliki peran strategis dalam mendorong transformasi ekonomi lokal selama ada kesinambungan program dan dukungan dari pemangku kepentingan setempat.

4. KESIMPULAN

Pelaksanaan sosialisasi “Digitalisasi UMKM” oleh tim KKN Kukar 14 di Desa Salo Palai pada tanggal 11 Agustus 2025 berhasil dilaksanakan sesuai rencana dan dihadiri lintas unsur masyarakat; partisipasi melebihi target dan menunjukkan antusiasme tinggi. Intervensi satu hari yang menggabungkan paparan materi dan praktik langsung efektif meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dasar digital peserta—hasil kuesioner pre-post menunjukkan peningkatan lebih dari 70% pada indikator utama (*e-commerce*, branding, fotografi produk). Kegiatan menghasilkan keluaran konkrit: modul pelatihan, dokumentasi foto-video untuk bahan promosi, daftar UMKM prioritas untuk pendampingan, serta pemasangan banner publikasi — yang semuanya menjadi modal awal untuk pengembangan pemasaran digital. Pemetaan potensi lokal (lada, amplang, sirup mangrove, produk perikanan) mengidentifikasi peluang nilai tambah nyata melalui perbaikan kemasan, pengolahan, dan strategi pemasaran digital. Kendala utama yang menghambat adopsi penuh adalah keterbatasan infrastruktur (akses internet) dan variasi tingkat literasi digital peserta; sehingga hasil positif yang dicapai masih memerlukan tindak lanjut agar berkelanjutan. Untuk mewujudkan dampak ekonomi jangka panjang, diperlukan pendampingan berkelanjutan, penyediaan fasilitas layanan digital desa, pelatihan lanjutan berjenjang, dan kolaborasi kelembagaan (marketplace, dinas terkait, program kampus UMKM).

Ucapan Terima Kasih: Pihak Perangkat Desa Salo Palai serta Masyarakat Desa Salo Palai

Kontribusi Penulis: Konsep – ; Desain – ; Supervisi – ; Bahan – ; Koleksi Data dan/atau Proses – ; Analisis dan/atau Interpretasi – ; Pencarian Pustaka – ; Penulisan – ; Ulasan Kritis –

(Satu Kelompok)

Sumber Pendanaan: -

Konflik Kepentingan: “Para penulis menyatakan tidak ada konflik kepentingan”

REFERENSI

- Altrichter, H., Kemmis, S., McTaggart, R., & Zuber-Skerritt, O. (2002). The concept of action research. *The Learning Organization*, 9(3), 125–131.
- Amalia, I. N., & Budiman, M. A. (2024). Peran Digitalisasi Dalam Meningkatkan Pertumbuhan UMKM di Daerah Pedesaan. *Journal of Economic Education and Eco-Technopreneurship*, 3(2), 36–43.
- Avriyanti, S. (2021). Strategi bertahan bisnis di tengah pandemi covid-19 dengan memanfaatkan bisnis digital (studi pada UKM yang terdaftar pada Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Tabalong). *PubBis*, 5(1), 60–74.
- Bappenas. (2020). *Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional 2020-2024*. Diakses di https://ditkumlasi.bappenas.go.id/download/file/Narasi_RPJM_Nasional_2020-2024.pdf
- Darmawan, A. D. (2025). Mayoritas Penduduk Kabupaten Kutai Kartanegara pada 2024 Adalah Usia Produktif. *Katadata*. Diakses <https://databoks.katadata.co.id/demografi/statistik/1c0100944487765/mayoritas-penduduk-kabupaten-kutai-kartanegara-pada-2024-adalah-usia-produktif>
- Díaz-Arancibia, J., Hochstetter-Diez, J., Bustamante-Mora, A., Sepúlveda-Cuevas, S., Albayay, I., & Arango-López, J. (2024). Navigating digital transformation and technology adoption: A literature review from small and medium-sized enterprises in developing countries. *Sustainability*, 16(14), 5946.
- Juwita, D., & Handayani, A. N. (2022). Peluang dan Tantangan Digitalisasi UMKM Terhadap Pelaku Ekonomi di Era Society 5.0. *Jurnal Inovasi Teknologi Dan Edukasi Teknik*, 2(5), 249–255.
- KKN UINSI 2023. (2023). *Kisah Kecil di Desa Salo Palai*. Universitas Islam Negeri Sultan Aji Muhammad Idris.
- Laziva, N., & Atieq, M. Q. (2024). Studi Literatur Digitalisasi UMKM di Era Masyarakat 5.0: Strategi dan Faktor. *Prosiding MBIC*, 7(1), 1050–1079.
- Ndraha, A. B., Zebua, D., Zega, A., & Zebua, M. K. (2024). Dampak ekonomi digital terhadap pertumbuhan UMKM di era industri 4.0. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 27–32.
- Ni'mah, S. S., Afdol, M., Kartika, Z. Z. M. G., & Khoiri, S. (2025). Digitalisasi dan literasi pembayaran non-tunai melalui sosialisasi QRIS pada UMKM di Desa Tampojung Tenggina. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 3(7).
- Nugroho, R. H., & Andarini, S. (2020). Strategi pemberdayaan UMKM di pedesaan berbasis kearifan lokal di era industri 4.0 menuju era society 5.0. *Jurnal Bisnis Indonesia*, 1(01).
- Paramitha, D. I., Yanti, A. F., Miâ, C., Sari, I. N., Novianti, P., & Aliffatarani, M. R. (2022). Upaya Pengembangan UMKM Berbasis Digital di Provinsi Kalimantan Timur Melalui Kampus UMKM Shopee. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(2), 3895–3900.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia. (2014). *Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa*. Sekretariat Negara.
- Prudensi. (2023). Muara Badak Kaya Potensi Mulai dari Sektor Kelautan, Perikanan, dan Pariwisata. *prudensi.com*. Diakses <https://prudensi.com/muara-badak-kaya-potensi-mulai-dari-sektor-kelautan-perikanan-dan-pariwisata>
- Rafiah, K. K., Widiyanto, S., Kamal, I., Shofiana, A., Fajar, A. M., & Rudini, A. A. (2022). Digital readiness of SMEs: an insight from Indonesia. *AFEBI Management and Business Review*, 7(1), 12–26.
- Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.