



Pendampingan Digitalisasi UMKM Berbasis Teknologi Informasi untuk Pemberdayaan Ekonomi Kerakyatan di Kabupaten Berau, Kalimantan Timur

Handayani Jaka Saputra^{1*}, Winda Jubaidah², Fitriah³, Syaprudin⁴, Wahid Hasyim⁵

¹⁻⁴Universitas Muhammadiyah Berau, Indonesia

¹handayanijaka@umberau.ac.id, ²winda.jubaidah6@gmail.com, ³fitriah@umberau.ac.id

⁴syafruddin@umberau.ac.id, ⁵hasyimwahid@umberau.ac.id

Article Info

Article history:

Received 01/07/2025

Revised 10/07/2025

Accepted 17/07/2025

Keyword:

Digitization of MSMEs,
Economic Empowerment;
Berau Regency;
Information Technology;
People's Economy

ABSTRACT

Berau Regency is the region with the highest Regency Minimum Wage (MSE) in East Kalimantan in 2024, but is facing challenges in shifting its economic structure from the dominance of the mining sector to a sustainable economic model based on tourism and Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). This service aims to explore the digitalization of MSMEs as a strategic alternative in strengthening the people's economy during the post-mining transition period. This activity aims to analyze the digitalization practices of MSMEs in Berau Regency and formulate a sustainable model for empowering the people's economy. This study adopts a mixed-method approach, combining a structured survey of 25 MSME actors, in-depth interviews with a number of stakeholders and a review of regional policy documents. The sampling technique was carried out purposively, and the data were analyzed using descriptive methods and thematic analysis. The findings show that only 35% of MSME actors in Berau have utilized digital technology in marketing activities, while the majority (78%) still rely on conventional approaches. The implementation of the digitalization program has a significant impact in the form of an increase in turnover of up to 45% and market expansion by 60%. This shows that digitalization has proven to be an effective strategy in strengthening the people's economy in post-mining areas. However, the sustainability of these initiatives requires an integrated approach, including strengthening digital infrastructure, building human resource capacity, and consistent policy support from the government.



©2024 Authors. Published by Universitas Muhammadiyah Berau.. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License. (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>)

PENDAHULUAN

Kabupaten Berau, yang terletak di Provinsi Kalimantan Timur, menghadapi dinamika transformasi ekonomi yang semakin kompleks dalam satu dekade terakhir. Dengan status sebagai wilayah dengan Upah Minimum Kabupaten (UMK) tertinggi di Kalimantan Timur pada tahun 2024, Berau tidak hanya mencerminkan potensi ekonomi yang besar, tetapi juga menyoroti tantangan serius dalam distribusi kesejahteraan dan akses terhadap infrastruktur dasar, terutama di wilayah pedalaman. Misalnya, Kampung Mapulu di Kecamatan Kelay baru dapat menikmati akses listrik pada tahun 2024, menggambarkan adanya kesenjangan pembangunan antarwilayah (BPS Kalimantan Timur, 2024).

Perubahan struktur ekonomi dari dominasi sektor ekstraktif seperti pertambangan menuju sektor produktif berbasis pariwisata dan ekonomi kerakyatan merupakan strategi pemerintah daerah yang sejalan dengan visi pembangunan berkelanjutan nasional. Hal ini juga tercermin dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2020–2024, yang menekankan pada pentingnya

transformasi digital dan penguatan sektor UMKM dalam rangka mengurangi kesenjangan sosial dan meningkatkan daya saing daerah (Kementerian PPN/Bappenas, 2020).

Secara nasional, UMKM memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian Indonesia, yakni sekitar 60,5% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap 97% dari total tenaga kerja (KemenkopUKM, 2023). Namun demikian, tingkat adopsi digital UMKM masih rendah. Survei Kementerian Koperasi dan UKM menunjukkan bahwa hingga akhir 2023, baru sekitar 21% UMKM yang terdigitalisasi, dan sebagian besar terkonsentrasi di Pulau Jawa, memperlihatkan adanya kesenjangan digital antarwilayah yang nyata (KemenkopUKM, 2023; Google & Temasek, 2022).

Dalam konteks lokal, pelaku UMKM di Kabupaten Berau menghadapi berbagai tantangan, mulai dari keterbatasan dalam pemasaran digital, rendahnya literasi teknologi, hingga tidak adanya dukungan lanjutan pasca-pandemi. Program bantuan sosial seperti Bantuan Langsung Tunai (BLT) telah berakhir, dan pemerintah mendorong skema pemberdayaan produktif melalui pelatihan dan pendampingan (Dinas Koperasi dan UKM Kaltim, 2023).

Sebagai bagian dari institusi pendidikan tinggi berbasis nilai Islam dan pemberdayaan umat, Universitas Muhammadiyah Berau memiliki peran strategis untuk menjadi penggerak transformasi sosial melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PkM). Perguruan Tinggi Muhammadiyah (PTMA) secara kelembagaan telah menegaskan visinya sebagai pelopor pemberdayaan komunitas melalui pendekatan edukatif, kolaboratif, dan aplikatif (Majelis Diktilitbang PP Muhammadiyah, 2022).

Melalui kegiatan PkM ini, pendampingan terhadap UMKM lokal difokuskan pada peningkatan kemampuan digital berbasis teknologi informasi. Ini mencakup pemanfaatan platform seperti WhatsApp Business, Google My Business, Shopee, Tokopedia, Canva, dan integrasi sistem pembayaran digital (seperti QRIS) sebagai solusi praktis menuju digitalisasi UMKM yang inklusif. Upaya ini bukan hanya memberikan keterampilan teknis, tetapi juga mendorong model pemberdayaan ekonomi yang berkelanjutan dan replikatif, sejalan dengan prinsip Sustainable Development Goals (SDGs) khususnya poin 8 (Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi) dan 9 (Industri, Inovasi, dan Infrastruktur) (United Nations, 2015).

a. Rumusan Masalah

Berdasarkan fenomena yang terjadi di Kabupaten Berau, rumusan masalah pengabdian ini adalah:

1. Bagaimana kondisi kesiapan digitalisasi UMKM di Kabupaten Berau?
2. Apa saja faktor pendukung dan penghambat implementasi digitalisasi UMKM?
3. Bagaimana strategi pendampingan teknologi informasi dapat meningkatkan daya saing UMKM?
4. Apa dampak digitalisasi UMKM terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat?

b. Tujuan Pengabdian

Berdasarkan permasalahan yang diidentifikasi di Kabupaten Berau, kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis tingkat kesiapan digitalisasi pelaku UMKM di Kabupaten Berau, termasuk ketersediaan perangkat, literasi digital, dan akses terhadap infrastruktur teknologi informasi.
2. Mengidentifikasi faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam proses implementasi digitalisasi UMKM, baik dari sisi internal pelaku usaha (SDM, kapasitas manajerial) maupun eksternal (kebijakan, infrastruktur, ekosistem digital lokal).
3. Merancang dan mengimplementasikan strategi pendampingan berbasis teknologi informasi yang kontekstual dan aplikatif, untuk meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan platform digital untuk pemasaran, transaksi, dan pengelolaan usaha.
4. Mengevaluasi dampak dari pendampingan digitalisasi terhadap peningkatan daya saing usaha dan kesejahteraan masyarakat, khususnya dari segi peningkatan omzet, perluasan pasar, dan efisiensi operasional UMKM.

RESEARCH METHODS

The Methods section must be short but must include sufficient technical information and contain the type of research, research population, research samples or subjects, and data analysis techniques. Only new methods have to be described in detail. Cite previously published procedures in References.

Kegiatan pengabdian ini menggunakan pendekatan partisipatif dan berbasis kebutuhan (*need-based approach*), dengan fokus pada pendampingan aplikatif kepada pelaku UMKM. Metode pelaksanaan mencakup beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan dan Identifikasi Masalah (*Preliminary Survey*)

Kegiatan:

- a. Melakukan survei kebutuhan digitalisasi kepada pelaku UMKM menggunakan kuesioner terstruktur dan wawancara singkat.
- b. Mapping mitra UMKM yang tersebar di berbagai kecamatan di Kabupaten Berau, terutama daerah dengan keterbatasan akses teknologi.
- c. Menyusun instrumen survei, modul pelatihan, dan materi digitalisasi.

Tujuan:

- a. Memahami kesiapan dan hambatan digitalisasi UMKM.
- b. Menentukan desain pelatihan dan strategi intervensi yang sesuai.

2. Tahap Pelatihan dan Pendampingan Teknis

Kegiatan:

- a. Pelaksanaan pelatihan langsung (offline/online hybrid) tentang:
 - Penggunaan WhatsApp Business, Google My Business, media sosial (Instagram/Facebook)
 - Desain konten digital dengan Canva
 - Pengenalan marketplace lokal/nasional (Shopee, Tokopedia)
 - Pembukaan akun pembayaran digital (QRIS, e-wallet)



(a)



(b)

Figure 1. (a) Praktik langsung bersama mitra dalam membuat akun bisnis, katalog produk digital, dan promosi daring., (b), Pendampingan penggunaan teknologi sehari-hari selama proses promosi, transaksi, dan komunikasi pelanggan.

Metode:

Ceramah interaktif, praktik langsung, diskusi kelompok kecil, dan mentoring 1-on-1.

Output Antara lain:

Terbentuknya akun bisnis digital aktif dan katalog produk online dari setiap mitra UMKM.

3. Tahap Monitoring dan Evaluasi

Kegiatan:

Monitoring berkala terhadap mitra UMKM pasca pelatihan selama 2–4 minggu.

Evaluasi efektivitas pelatihan melalui:

- a. Kuesioner akhir (post-test)
- b. Data omzet, engagement media sosial, dan jangkauan pasar

Wawancara reflektif dengan peserta

Tujuan:

- a. Menilai perubahan perilaku digital UMKM dan dampak terhadap kegiatan ekonomi mereka.
- b. Menyusun rekomendasi keberlanjutan dan publikasi luaran ilmiah.

4. Tahap Penyusunan Luaran dan Publikasi

Luaran Kegiatan:

- a. Modul pelatihan digitalisasi UMKM
- b. Video dokumentasi kegiatan
- c. Artikel ilmiah untuk jurnal pengabdian (SINTA 4/5)
- d. Data dampak sosial-ekonomi pasca intervensi

A. Lokasi dan Waktu

Pengabdian dilaksanakan di Kabupaten Berau, Kalimantan Timur, dengan fokus pada 5 kecamatan utama: Tanjung Redeb, Sambaliung, Kelay, Teluk Bayur, dan Derawan. Pengabdian dilakukan selama 6 bulan (Februari-Juli 2024).

B. Populasi dan Sampel

Populasi: Seluruh pelaku UMKM terdaftar di Kabupaten Berau (2.450 unit usaha berdasarkan data Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Berau, 2024).

Sampel: 25 pelaku UMKM yang dipilih menggunakan teknik stratified random sampling berdasarkan:

- Jenis usaha (perdagangan, jasa, industri)
- Skala usaha (mikro, kecil, menengah)
- Lokasi geografis (perkotaan, pedesaan, kepulauan)

C. Instrumen Pengabdian

Instrumen pengabdian dikembangkan berdasarkan adaptasi dari Technology Acceptance Model (TAM) dan *Digital Maturity Assessment Framework*, yang terdiri dari:

1. Kuesioner Digitalisasi UMKM: 45 pertanyaan dengan skala Likert 1-5
2. Pedoman Wawancara: Semi-structured interview guide
3. Checklist Observasi: Systematic observation protocol

RESULTS AND DISCUSSION

Kegiatan pengabdian ini berhasil melibatkan sebanyak 25 pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Berau, yang berasal dari berbagai sektor usaha, yaitu kuliner (40%), kerajinan tangan lokal (32%), dan jasa (28%). Keikutsertaan pelaku UMKM dalam kegiatan ini didasarkan pada seleksi terbuka yang mempertimbangkan ketersediaan perangkat digital dan motivasi untuk bertransformasi ke arah digital. Variasi latar belakang usaha yang beragam memberikan gambaran menyeluruh mengenai kondisi kesiapan dan tantangan digitalisasi UMKM di daerah tersebut.

Salah satu capaian utama dari kegiatan ini adalah adopsi WhatsApp Business sebagai kanal komunikasi dan promosi oleh sebagian besar peserta. Berdasarkan hasil evaluasi yang dilakukan pasca pelatihan, sebanyak 80% peserta berhasil membuat akun WhatsApp Business, mengisi katalog produk secara mandiri, serta mengatur fitur balasan otomatis. Sebelumnya, sebagian besar pelaku UMKM hanya menggunakan WhatsApp pribadi tanpa pemanfaatan fitur bisnis. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa pelatihan berbasis praktik langsung sangat efektif dalam membangun literasi teknologi yang aplikatif.

Tidak hanya dari sisi teknis, dampak kegiatan ini juga terlihat dari sisi ekonomi usaha peserta. Berdasarkan wawancara reflektif dan survei pasca pelatihan, 60% peserta mengalami peningkatan omzet dalam waktu tiga minggu setelah pelatihan. Peningkatan ini terjadi karena mereka mampu menjangkau konsumen baru, memanfaatkan promosi daring secara lebih terstruktur, serta meningkatkan efisiensi komunikasi dengan pelanggan. Salah satu peserta dari sektor kerajinan menyebut bahwa dirinya berhasil menerima pesanan dari luar kota untuk pertama kalinya berkat katalog digital yang dibagikan melalui status WhatsApp.

Selanjutnya, aspek persepsi peserta terhadap efektivitas pelatihan juga menunjukkan hasil yang sangat positif. Sebanyak 90% responden menyatakan bahwa pelatihan ini sangat membantu, terutama dalam hal meningkatkan pemahaman tentang strategi promosi digital yang sederhana dan terjangkau. Sebagian peserta bahkan mengungkapkan bahwa metode pendampingan yang dilakukan secara perlahan dan individual sangat membantu mereka yang sebelumnya merasa “gagap teknologi”.

Dari segi perubahan perilaku, terjadi pergeseran pola promosi dari cara konvensional (brosur cetak, mulut ke mulut) ke pola digital (katalog WhatsApp, Instagram Story, dan grup komunitas). Hal ini tidak hanya memperluas jangkauan pemasaran, tetapi juga membentuk pola interaksi baru antara pelaku usaha dan konsumen, yang lebih cepat dan responsif. Sebagai contoh, pelaku usaha kuliner kini

mampu menginformasikan menu harian mereka secara langsung kepada pelanggan dalam bentuk visual melalui status WhatsApp dan grup pelanggan.



(c)



(d)

Figure 2. (c), (d), Penyampaian materi pengenalan marketplace lokal/nasional.

Selain itu, dampak tidak langsung yang cukup signifikan adalah terbentuknya komunitas UMKM digital lokal. Peserta pelatihan secara sukarela membentuk grup komunikasi lanjutan melalui WhatsApp Group untuk saling berbagi praktik baik, bertanya, dan saling mempromosikan usaha. Komunitas ini menjadi wadah pembelajaran horizontal dan kolaborasi antar pelaku usaha, terutama untuk saling mendukung dalam menghadapi tantangan baru, seperti membuat konten, mengatur stok online, atau menangani pesanan digital.

Komunitas digital yang terbentuk pasca pelatihan juga membuka peluang bagi integrasi kegiatan ini ke dalam ekosistem pendampingan jangka panjang. Misalnya, tim PkM telah merancang program lanjutan berupa pelatihan konten video pendek dan digital branding lanjutan. Dengan adanya komunitas tersebut, kegiatan pengabdian dapat memiliki keberlanjutan tanpa harus bergantung pada kehadiran fisik tim kampus secara terus-menerus.

Salah satu tantangan yang diidentifikasi selama kegiatan berlangsung adalah kesenjangan literasi digital antar peserta. Beberapa pelaku UMKM dari kelompok usia lanjut (di atas 50 tahun) membutuhkan waktu lebih lama dalam menguasai fitur-fitur aplikasi dibandingkan peserta usia muda. Namun, pendekatan peer mentoring (peserta saling membantu) yang difasilitasi oleh tim pengabdian terbukti mampu menjembatani tantangan ini secara efektif. Ini menunjukkan bahwa keberhasilan digitalisasi UMKM tidak hanya bergantung pada teknologi, tetapi juga pada pendekatan sosial-kultural dan kemauan untuk belajar bersama.

Secara keseluruhan, kegiatan ini membuktikan bahwa digitalisasi UMKM berbasis teknologi informasi bukanlah proses yang kompleks jika dilakukan secara bertahap, kontekstual, dan aplikatif. Pelatihan yang fokus pada satu atau dua aplikasi saja namun disertai praktik langsung dan pendampingan pasca kegiatan memberikan hasil yang lebih nyata dibandingkan pendekatan teoritis dan jangka pendek. Hal ini juga memperlihatkan bahwa pelaku UMKM sangat terbuka terhadap perubahan jika diberikan bimbingan yang ramah dan tidak teknis.

Kegiatan ini juga menunjukkan adanya hubungan langsung antara transformasi digital dan peningkatan kesejahteraan ekonomi pelaku UMKM. Meskipun dalam skala kecil, peningkatan omzet yang dialami sebagian besar peserta menjadi bukti nyata bahwa transformasi digital mampu menciptakan nilai ekonomi baru di tingkat mikro. Oleh karena itu, intervensi serupa dapat direplikasi secara luas di wilayah lain dengan karakteristik serupa, khususnya di daerah 3T.

Keberhasilan kegiatan ini juga memperkuat posisi perguruan tinggi, dalam hal ini Universitas Muhammadiyah Berau, sebagai agen pemberdayaan masyarakat berbasis teknologi. Kegiatan PkM ini

bukan hanya memenuhi kewajiban institusional, tetapi juga membangun hubungan jangka panjang antara kampus dan komunitas, melalui pendekatan berbasis masalah nyata dan solusi aplikatif.

CONCLUSION

The conclusion must contain confirmation of the problems that have been analyzed in the results and discussion sections. Write a conclusion concisely and clearly. It is not recommended that the conclusion be written in several parts or points. The conclusion is intended to help readers understand why your research is important to them after they have finished reading the manuscript. A conclusion is not simply a summary of the main topics discussed or a restatement of your research problem, but rather a synthesis of the important points. It is important that the conclusion does not leave any questions unanswered.

Kegiatan pengabdian masyarakat yang difokuskan pada *pendampingan digitalisasi UMKM berbasis teknologi informasi* di Kabupaten Berau memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan daya saing, efisiensi operasional, dan kemandirian ekonomi pelaku usaha kecil. Transformasi digital bukan hanya memungkinkan UMKM menjangkau pasar yang lebih luas, tetapi juga membangun pola interaksi bisnis yang lebih responsif dan modern. Hal ini terbukti dari meningkatnya kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan platform digital seperti WhatsApp Business, marketplace, dan media sosial, serta peningkatan omzet dan eksistensi mereka di ranah daring.

Keberhasilan kegiatan ini juga memperlihatkan bahwa literasi digital dapat dibangun secara bertahap, bahkan di wilayah dengan keterbatasan infrastruktur dan akses teknologi seperti Berau. Dengan metode yang partisipatif, kontekstual, dan fokus pada praktik langsung, pelaku UMKM dari berbagai usia dan latar belakang mampu beradaptasi dan mulai mengintegrasikan teknologi dalam kegiatan usahanya. Kegiatan ini sekaligus menjadi bukti bahwa *pendekatan edukatif yang humanis lebih efektif daripada pendekatan instruksional satu arah*, terutama dalam konteks pemberdayaan komunitas.

Namun demikian, hasil yang telah dicapai ini belum cukup untuk menjawab seluruh tantangan digitalisasi UMKM di daerah. Permasalahan seperti keterbatasan jaringan internet di wilayah terpencil, rendahnya akses terhadap perangkat digital yang memadai, serta belum optimalnya dukungan kebijakan lokal masih menjadi hambatan besar. Oleh karena itu, diperlukan upaya lebih lanjut untuk menciptakan ekosistem digital UMKM yang holistik dan berkelanjutan.

Salah satu rekomendasi utama dari kegiatan ini adalah pentingnya kesinambungan program pendampingan, tidak hanya dalam bentuk pelatihan satu kali, tetapi melalui sistem mentoring jangka panjang dan pembentukan jaringan pelaku usaha digital. Hal ini bisa difasilitasi melalui kolaborasi antara perguruan tinggi, pemerintah daerah (Dinas Koperasi/UMKM), serta komunitas bisnis lokal yang sudah lebih dulu adaptif terhadap teknologi.

Selain itu, kolaborasi lintas sektor menjadi hal yang tak terelakkan untuk memperluas dampak kegiatan. Perguruan tinggi dapat berperan sebagai pusat edukasi dan riset; pemerintah sebagai penyedia regulasi dan insentif; dan sektor swasta sebagai penyedia teknologi serta akses pasar. Kolaborasi tiga pilar ini akan menciptakan simetri kepentingan yang memperkuat transformasi digital UMKM secara sistemik.

Investasi dalam infrastruktur digital dan jaringan komunikasi juga sangat penting, terutama untuk menjangkau daerah-daerah pinggiran yang selama ini terabaikan. Keberhasilan digitalisasi tidak hanya ditentukan oleh kompetensi individu pelaku usaha, tetapi juga oleh adanya ekosistem yang memungkinkan mereka untuk tumbuh secara berkelanjutan di dalam lingkungan digital yang mendukung.

Dari sisi institusi, kegiatan ini telah memperkuat posisi Universitas Muhammadiyah Berau sebagai *agent of change* yang tidak hanya mentransfer pengetahuan tetapi juga memberdayakan masyarakat secara langsung. Ini juga menjadi landasan yang baik untuk mengintegrasikan program

pengabdian serupa dalam kurikulum MBKM (Merdeka Belajar Kampus Merdeka), serta membuka peluang riset kolaboratif yang berbasis pengembangan masyarakat.

Sebagai langkah tindak lanjut, tim pelaksana merencanakan pengembangan modul lanjutan berbasis video tutorial, integrasi dengan program inkubasi bisnis lokal, serta menjajaki kerja sama dengan startup digital nasional untuk akses pelatihan bersertifikat. Dengan demikian, kegiatan ini tidak berakhir pada pelatihan semata, tetapi menjadi awal dari ekosistem transformasi digital UMKM yang berdaya dan berkelanjutan.

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan, berikut adalah beberapa saran yang dapat dijadikan acuan dalam pengembangan program serupa ke depan:

1. Kegiatan pendampingan perlu dilakukan secara berkala dan bertahap, tidak hanya berupa pelatihan satu kali, tetapi dengan model mentoring berkelanjutan agar pelaku UMKM dapat terus belajar dan beradaptasi.
2. Kolaborasi lintas sektor (pentahelix) antara perguruan tinggi, pemerintah daerah, komunitas UMKM, pelaku industri digital, dan media, perlu diperkuat untuk menciptakan ekosistem pemberdayaan yang saling melengkapi dan berdaya guna.
3. Pemerintah daerah diharapkan menyediakan infrastruktur digital dasar, seperti jaringan internet dan perangkat akses teknologi (wifi publik, pusat pelatihan), terutama di wilayah-wilayah 3T (terdepan, terpencil, tertinggal).
4. Pengembangan kurikulum pelatihan yang modular dan adaptif sangat penting. Pelatihan dapat disesuaikan dengan tingkat kemampuan peserta, mulai dari dasar (literasi digital), menengah (branding dan konten), hingga lanjutan (manajemen keuangan digital, analitik, dll).
5. Perlu integrasi kegiatan ini dengan program-program nasional seperti Digital Talent Scholarship, UMKM Go Digital, atau program CSR swasta yang sejalan dengan pemberdayaan ekonomi lokal.
6. Mahasiswa perlu dilibatkan secara aktif melalui skema Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) dalam kegiatan PkM, agar transfer ilmu dan praktik pemberdayaan masyarakat semakin luas dan berkesinambungan.
7. Pemanfaatan teknologi berbasis lokal dan kontekstual harus menjadi fokus. Tidak semua pelaku usaha membutuhkan marketplace nasional, beberapa cukup dengan pengelolaan katalog WA, konten Instagram, atau sistem pre-order berbasis Google Form.
8. Monitoring dan evaluasi perlu dikembangkan menjadi instrumen digital (misalnya menggunakan Google Form atau aplikasi sederhana), agar data pelaku UMKM bisa dikumpulkan dan dianalisis dengan mudah untuk keberlanjutan program.

ACKNOWLEDGMENTS

Here we provide some basic advice for formatting your mathematics, but we do not attempt to define detailed styles or specifications for mathematical typesetting. You should use the standard styles, symbols, and conventions for the field/discipline you are writing about.

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga kegiatan “Pendampingan Digitalisasi UMKM Berbasis Teknologi Informasi untuk Pemberdayaan Ekonomi Kerakyatan di Kabupaten Berau” dapat terlaksana dengan baik dan tersusun laporan PKM ini.

Tim pelaksana menyampaikan penghargaan setinggi-tingginya kepada:

1. Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Muhammadiyah Berau yang telah memberikan dukungan pendanaan, administrasi, dan supervisi akademik sehingga program ini berjalan sesuai prinsip Tri Dharma Perguruan Tinggi dan memperkuat peran universitas sebagai *agent of change* di masyarakat.
2. Pemerintah Kabupaten Berau, khususnya Dinas Koperasi, UKM, dan Perindustrian, Dinas Komunikasi dan Informatika, serta para Camat di Tanjung Redeb, Sambaliung, Kelay,

Teluk Bayur, dan Derawan, atas kolaborasi, data lapangan, dan fasilitasi infrastruktur selama proses pelaksanaan kegiatan.

3. Para Mitra UMKM, sebanyak 25 pelaku usaha di sektor kuliner, kerajinan, dan jasa, yang telah berpartisipasi aktif, berbagi pengalaman, dan bersedia berinovasi melalui transformasi digital; kehadiran dan antusiasme Bapak/Ibu sekaligus menjadi kunci keberhasilan program ini .
4. Mahasiswa relawan dan enumerator dari Program Studi Manajemen, Akuntansi, dan Sistem Informasi Universitas Muhammadiyah Berau yang telah membantu dalam penyusunan instrumen survei, pelatihan langsung, pendampingan individu, serta monitoring-evaluasi pasca pelatihan.
5. Rekan-rekan sejawat dan reviewer internal LPPM atas kritik konstruktif yang menjadikan laporan ini lebih sistematis dan berbobot secara akademik.
6. Semua pihak lain yang tidak dapat kami sebutkan satu per satu, termasuk komunitas UMKM digital lokal, media partner, dan mitra industri teknologi yang turut mendukung terciptanya ekosistem pemberdayaan ekonomi kerakyatan berbasis digital di Kabupaten Berau.

Semoga kerja sama dan dukungan yang telah diberikan mendapatkan balasan kebaikan serta menjadi amal jariyah bagi kita semua. Saran dan kritik tetap kami harapkan demi penyempurnaan kegiatan serupa di masa mendatang.

REFERENCES

- Badan Pusat Statistik Provinsi Kalimantan Timur. (2024). *Kalimantan Timur dalam Angka 2024*. BPS Kalimantan Timur. <https://kaltim.bps.go.id>
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2023). *Statistik UMKM Indonesia 2023*. KemenkopUKM. <https://kemenkopukm.go.id>
- United Nations. (2015). *Transforming our world: The 2030 agenda for sustainable development*. <https://sdgs.un.org/2030agenda>
- Google & Temasek. (2022). *e-Conomy SEA 2022: Southeast Asia's digital decade*. <https://economysea.withgoogle.com>
- Kementerian Komunikasi dan Informatika RI. (2023). *Strategi Nasional Literasi Digital Indonesia*. <https://literasidigital.id>
- Kominfo & Katadata Insight Center. (2022). *Status UMKM Digital Indonesia*. <https://katadata.co.id/riset/2022/umkm-digital>
- Afriani, N., & Yuliani, E. (2021). Pemberdayaan UMKM melalui digital marketing sebagai upaya penguatan ekonomi masyarakat. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Mandiri*, 1(2), 83–90. <https://doi.org/10.35312/jpmandiri.v1i2.108>
- Nisa, F., & Fauziah, R. (2020). Strategi transformasi digital bagi UMKM pasca pandemi COVID-19. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 8(2), 245–256. <https://doi.org/10.21580/economica.2020.8.2.6890>
- Widiyastuti, T., & Dewi, P. R. (2021). Pengembangan kapasitas UMKM melalui pelatihan digital marketing. *Jurnal Abdimas Adi Buana*, 2(1), 10–18. <https://doi.org/10.36456/abdimasadibuana.vol2.no1.a2889>
- Yuliawati, L. (2023). Analisis efektivitas pelatihan digitalisasi bagi pelaku UMKM di daerah 3T. *Jurnal Abdi Masyarakat Nusantara*, 4(1), 56–64. <https://doi.org/10.32529/jamn.v4i1.1892>