



KESIAPAN EKONOMI CERDAS DESA MANDIRI DALAM MENDUKUNG IMPLEMENTASI DESA CERDAS DI KABUPATEN SANGGAU

SMART ECONOMY READINESS of SELF-RELIANT VILLAGES in SUPPORTING SMART VILLAGE IMPLEMENTATION IN SANGGAU REGENCY

Nana Novita Pratiwi^{1*}, Iwan Rudiarto², Wiwandari Handayani², Charmyllia¹

¹Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik, Universitas Tanjungpura; Pontianak, Indonesia

²Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik, Universitas Diponegoro; Semarang, Indonesia

*Korespondensi: nananovita@teknik.untan.ac.id

Info Artikel:

• Artikel Masuk: 22/10/2025

• Artikel diterima: 29/06/2026

• Tersedia Online: 30/06/2026

ABSTRAK

Pembangunan desa di Indonesia mengalami pergeseran paradigma menuju pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi melalui konsep Desa Cerdas. Salah satu dimensi penting dalam mendukung implementasi Desa Cerdas adalah Ekonomi Cerdas yang berperan dalam meningkatkan daya saing ekonomi masyarakat desa. Penelitian ini bertujuan menganalisis tingkat kesiapan Ekonomi Cerdas pada desa mandiri di Kabupaten Sanggau, Provinsi Kalimantan Barat dalam mendukung implementasi Desa Cerdas. Metode penelitian menggunakan pendekatan deduktif dengan kombinasi analisis deskriptif kualitatif dan analisis skoring. Data diperoleh melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi dari 18 desa mandiri yang tersebar di enam kecamatan. Variabel yang dianalisis meliputi fleksibilitas pasar tenaga kerja, keberadaan merek lokal, pangsa pasar produk, strategi pemasaran, produktivitas ekonomi masyarakat, serta jiwa kewirausahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kesiapan Ekonomi Cerdas pada desa mandiri di Kabupaten Sanggau berada pada kategori sedang hingga tinggi. Desa Menyabo memperoleh skor tertinggi (4,00) dengan kategori sangat tinggi, sedangkan Desa Pana, Sungai Batu, dan Binjai berada pada kategori rendah. Mayoritas desa berada pada kategori tinggi dan sedang, yang menunjukkan bahwa fondasi Ekonomi Cerdas telah terbentuk, meskipun masih terdapat kesenjangan antar desa. Penguatan kapasitas sumber daya manusia, pengembangan merek lokal, serta optimalisasi pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran menjadi aspek penting untuk meningkatkan kesiapan Ekonomi Cerdas dan mendukung implementasi Desa Cerdas yang inklusif dan berkelanjutan.

Kata Kunci : Ekonomi Cerdas, Desa Cerdas, Desa Mandiri, Kabupaten Sanggau, Pembangunan Desa

ABSTRACT

Village development in Indonesia has undergone a paradigm shift toward the utilization of information and communication technology through the Smart Village concept. One of the key dimensions supporting Smart Village implementation is Smart Economy, which plays an important role in enhancing the economic competitiveness of rural communities. This study aims to analyze the level of Smart Economy readiness among self-reliant villages in Sanggau Regency, West Kalimantan Province, in supporting Smart Village implementation. The research employed a deductive approach combining qualitative descriptive analysis and scoring analysis. Data were collected through observations, in-depth interviews, and documentation from 18 self-reliant villages across six districts. The variables analyzed included labor market flexibility, the existence of local brands, product market reach, marketing strategies, community economic productivity, and entrepreneurial spirit. The results indicate that the level of Smart Economy readiness among self-reliant villages in Sanggau Regency ranges from moderate to high. Menyabo Village achieved the highest score (4.00) and was categorized as very high, while Pana, Sungai Batu, and Binjai Villages were classified in the low category. Most villages were categorized as high and moderate, indicating that the foundations of Smart Economy have been established, although disparities among villages remain. Strengthening human resource capacity, developing local brands, and optimizing the use of digital technology in marketing are essential for improving Smart Economy readiness and supporting the implementation of an inclusive and sustainable Smart Village.

Keywords: Smart Economy, Smart Village, Self-Reliant Village, Sanggau Regency, Rural Development

1. PENDAHULUAN

Pembangunan perdesaan sebagai agenda strategis global pembangunan wilayah berkelanjutan berbicara terkait bagaimana pembangunan tersebut dapat mengurangi kesenjangan wilayah, memperkuat kapasitas ekonomi lokal dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Jezic et al., 2022). Di tengah percepatan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, wilayah perdesaan dituntut untuk mampu menyesuaikan diri dengan berbagai bentuk transformasi sosial, ekonomi, dan kelembagaan agar tetap memiliki daya saing pada level lokal maupun regional secara berkelanjutan sebagai syarat bagi Pembangunan yang berkelanjutan (Muhtar et al., 2023; Khoeriyah et al., 2026).

Di Indonesia, desa tidak sekadar dipahami sebagai satuan administratif, melainkan juga sebagai ruang utama berlangsungnya aktivitas sosial, ekonomi, dan budaya masyarakat. Kehadiran Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa semakin memperkuat posisi desa dengan memberikan kewenangan yang lebih besar dalam mengelola potensi, menyusun perencanaan pembangunan, dan mendorong peningkatan kesejahteraan warga secara mandiri (Lindawaty, 2023). Sejalan dengan arah kebijakan tersebut, pembangunan desa kini tidak lagi hanya menitikberatkan pada penyediaan infrastruktur fisik, tetapi juga pada penguatan sektor ekonomi melalui pemanfaatan teknologi untuk menunjang pembangunan desa yang berkelanjutan (Putri et al., 2022; Warsono et al., 2025). Pergeseran orientasi ini menunjukkan bahwa desa perlu memiliki kemampuan beradaptasi dengan perkembangan teknologi agar mampu merespons dinamika sosial dan ekonomi yang kian kompleks.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi tersebut tentu telah mendorong munculnya paradigma baru pembangunan perdesaan, yakni melalui konsep Desa Cerdas (Maja et al., 2022; Fernández & Peek, 2023; Muhtar et al., 2023). Konsep ini merupakan adaptasi dari Kota Cerdas yang disesuaikan dengan karakteristik wilayah perdesaan dan menempatkan masyarakat sebagai aktor utama pembangunan (UN-Habitat, 2020; Susilowati et al., 2024; Susilowati et al., 2025). Desa cerdas tidak hanya berfokus pada digitalisasi layanan pemerintahan, tetapi juga mendorong penguatan kapasitas masyarakat, pemanfaatan teknologi secara produktif, serta pengelolaan sumber daya lokal secara berkelanjutan (European Commission, 2018; Zavratinik et al., 2018; Zhang & Zhang, 2020; Suprpti et al., 2025; Junaidi et al., 2025). Di Indonesia, implementasi konsep tersebut semakin diperkuat melalui berbagai program transformasi digital desa dan penerbitan Pedoman Desa Cerdas sebagai salah satu strategi percepatan pembangunan perdesaan berbasis inovasi dan teknologi (Keputusan Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, Dan Transmigrasi Republik Indonesia Nomor 55 Tahun 2024 Tentang Panduan Umum Pengembangan Desa Cerdas, 2024).

Dalam implementasinya, keberhasilan Desa Cerdas tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan infrastruktur teknologi dan akses internet, tetapi juga oleh kemampuan masyarakat dalam memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan kualitas hidup masyarakat perdesaan (European Commission, 2018; UN-Habitat, 2020; Visvizi & Lytras, 2020; Zavratinik et al., 2020; Pratiwi et al., 2024; Suprpti et al., 2025). Oleh karena itu, dimensi Ekonomi Cerdas menjadi salah satu komponen penting dalam pembangunan Desa Cerdas (Hesthria et al., 2024). Ekonomi Cerdas mencerminkan kemampuan masyarakat dalam membangun aktivitas ekonomi yang inovatif, produktif, dan berdaya saing melalui penguatan kewirausahaan, fleksibilitas pasar tenaga kerja, pengembangan citra dan merek ekonomi lokal, perluasan akses pasar, serta kemampuan beradaptasi terhadap perubahan ekonomi dan teknologi (Giffinger et al., 2007; Indrawati et al., 2018; Adamowicz & Zwolińska-Ligaj, 2020; Budziewicz-Guźlecka & Drożdż, 2022; Gerli et al., 2022). Dalam konteks pembangunan perdesaan, kondisi tersebut dapat tercermin dari fleksibilitas pasar tenaga kerja masyarakat desa, keberadaan merek atau produk lokal yang dikenal di luar desa, luasnya jangkauan pemasaran produk dari tingkat lokal hingga internasional, kemampuan masyarakat dalam menerapkan strategi pemasaran yang adaptif, tingkat produktivitas ekonomi masyarakat, serta berkembangnya jiwa kewirausahaan yang mendorong terbentuknya usaha-usaha mandiri berbasis potensi lokal (Giffinger et al., 2007; Indrawati et al., 2018; Adamowicz & Zwolińska-Ligaj, 2020). Penguatan aspek-aspek tersebut tidak hanya berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan masyarakat, tetapi juga

memperkuat ketahanan ekonomi lokal serta mendukung terwujudnya pembangunan perdesaan yang mandiri, inklusif, dan berkelanjutan (Jezic et al., 2022; Muhtar et al., 2023).

Kajian tentang Desa Cerdas di Indonesia pada umumnya menitikberatkan pada tata kelola pemerintahan desa, perbaikan pelayanan publik, digitalisasi administrasi, serta penggunaan teknologi informasi dalam mendukung layanan kepada masyarakat (Aziiza & Susanto, 2020; Sulistyowati et al., 2021; Jayanthi et al., 2022; Premana et al., 2022; Pratiwi et al., 2024; Addiansyah, 2024). Kajian yang secara khusus mengevaluasi dimensi Ekonomi Cerdas masih relatif terbatas, terutama pada desa-desa yang telah berstatus Desa Mandiri. Penelitian ini memiliki kebaruan dalam pengembangan pengukuran kesiapan Ekonomi Cerdas pada Desa Mandiri melalui enam indikator utama, yaitu fleksibilitas pasar tenaga kerja, keberadaan merek lokal, pangsa pasar produk, strategi pemasaran, produktivitas ekonomi masyarakat, dan jiwa kewirausahaan Masyarakat (Giffinger et al., 2007; Indrawati et al., 2018; Adamowicz & Zwolińska-Ligaj, 2020; Budziewicz-Guźlecka & Drożdż, 2022; Gerli et al., 2022). Kabupaten Sanggau dipilih karena menunjukkan perkembangan signifikan dalam capaian Desa Mandiri. Berdasarkan hasil pemutakhiran Indeks Desa Membangun tahun 2024, jumlah Desa Mandiri di Kabupaten Sanggau mencapai 103 desa dan telah melampaui target RPJMD daerah (Bariyah & Octavian, 2019; Eno, 2024; Rizki, 2024; PemKab Sanggau, 2024). Selain itu, Kabupaten Sanggau memiliki karakteristik wilayah yang beragam, mulai dari kawasan perkotaan, perdesaan, hingga wilayah perbatasan negara, yang berpotensi memengaruhi perkembangan ekonomi lokal, akses pasar, kapasitas kewirausahaan, dan pemanfaatan teknologi antar desa (Peraturan Daerah Kabupaten Sanggau Nomor 10 Tahun 2014 Tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten Sanggau Tahun 2014-2034, 2014). Perbedaan karakteristik wilayah tersebut berpotensi memengaruhi tingkat perkembangan ekonomi lokal, akses pasar, kapasitas kewirausahaan, dan pemanfaatan teknologi yang menjadi komponen penting dalam pembangunan Desa Cerdas (Muta'ali, 2013; Adamowicz & Zwolińska-Ligaj, 2020). Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kesiapan Ekonomi Cerdas pada Desa Mandiri di Kabupaten Sanggau dalam mendukung implementasi Desa Cerdas.

2. DATA DAN METODE

2.1. Data Penelitian

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi lapangan, kuisioner dan wawancara. Responden penelitian untuk data kuesioner berjumlah 60 responden yang terdiri dari perwakilan perangkat kecamatan/desa dan masyarakat pada 6 kecamatan dan 18 desa mandiri di Kabupaten Sanggau (sumber). Adapun dalam proses wawancara meliputi informan kunci Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik Pemilihan Responden

Responden	Karakteristik
Pemerintah Desa Kabupaten Sanggau	- Kepala Dinas / Kepala Bidang Pemberdayaan Masyarakat / Bidang Pembangunan / Bidang Pemerintahan - Mengetahui perencanaan pembangunan Desa di Kabupaten Sanggau - Terdiri dari 1 informan
BAPPEDA	- Kepala Dinas / Kepala BAPPEDA / Bidang Pembangunan dan Perencanaan - Mengetahui perencanaan pembangunan Kabupaten Kabupaten Sanggau - Terdiri dari 1 informan
Dinas Sosial dan DUKAPIL	- Kepala Dinas / Bidang pemberdayaan sosial / Bidang Ketenagakerjaan - Mengetahui perencanaan pembangunan Desa di Kabupaten Sanggau

Responden	Karakteristik
	- Terdiri dari 1 informan
Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag)	- Kepala Dinas / Bidang kesejahteraan masyarakat - Mengetahui perencanaan pembangunan Desa di Kabupaten Sanggau
	- Terdiri dari 1 informan
Pemerintahan Kecamatan dan Desa	- Seluruh Camat dan Desa Mandiri masing-masing 1 informan

Sumber: Hasil Kajian, 2025

Sementara data sekunder didapat dari buku/dokumen yang didapatkan melalui instansi BAPPEDA, BPS, BPN dan Kecamatan Tabel 2.

Tabel 2. Instansi dan Data yang Dibutuhkan

Instansi	Data/Buku
BAPPEDA	RTRW Kab. Sanggau, RPJM Kab. Sanggau.
BPS	Landak dalam angka, kecamatan dalam angka Tahun 2024
Kecamatan	Profil Kecamatan, Program kerja kecamatan/desa, produk-produk desa

Sumber: Hasil Kajian, 2025

Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sub faktor yang dianggap memengaruhi penerapan Ekonomi Cerdas pada Desa Mandiri Kabupaten Sanggau Tabel 3.

Tabel 3. Variabel dan Definisi Operasional

Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Sumber
Fleksibilitas Pasar Tenaga Kerja di Desa	Kemampuan masyarakat untuk beradaptasi terhadap perubahan kebutuhan pasar kerja dan memanfaatkan berbagai peluang ekonomi	Giffinger et al. (2007); Indrawati et al. (2018)
Keberadaan Merek/Brand Lokal yang Dikenal di Luar Desa	Kemampuan wilayah membangun citra ekonomi dan identitas produk yang memiliki daya saing	Giffinger et al. (2007); Budziewicz-Guźlecka & Drożdż (2022)
Pangsa Pasar Produk Lokal–Regional–Nasional–Internasional	Kemampuan produk lokal menjangkau pasar yang lebih luas dan terintegrasi dengan jaringan ekonomi eksternal	Giffinger et al. (2007); Adamowicz & Zwolińska-Ligaj (2020)
Strategi Pemasaran Masyarakat yang Fleksibel	Kemampuan masyarakat dalam beradaptasi terhadap perubahan pasar melalui inovasi dan pemanfaatan teknologi digital	Giffinger et al. (2007); Budziewicz-Guźlecka & Drożdż (2022)
Produktivitas Ekonomi Masyarakat	Kemampuan masyarakat menghasilkan nilai tambah ekonomi secara efisien dan berkelanjutan	Giffinger et al. (2007); Adamowicz & Zwolińska-Ligaj (2020)
Jiwa Kewirausahaan Masyarakat (Inisiatif Usaha Mandiri)	Kemampuan masyarakat menciptakan usaha baru, berinovasi, dan memanfaatkan peluang ekonomi	Giffinger et al. (2007); Indrawati et al. (2018); Gerli et al. (2022)

Sumber: Komparasi Teori, 2025

2.2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deduktif-deskriptif karena variabel dan indikator penelitian ditentukan terlebih dahulu berdasarkan kerangka teori Ekonomi Cerdas, kemudian digunakan untuk

membaca dan menilai kondisi empiris pada desa-desa lokus penelitian. Pendekatan deduktif relevan digunakan dalam penelitian yang berangkat dari teori atau kerangka konseptual awal, kemudian dioperasionalkan ke dalam indikator, instrumen, dan analisis data lapangan (Nassaji, 2015; Kim et al., 2017; Casula et al., 2021; Fife & Gossner, 2024). Dalam penelitian ini, kerangka Ekonomi Cerdas digunakan sebagai dasar penyusunan enam indikator, yaitu fleksibilitas pasar tenaga kerja, keberadaan merek lokal, pangsa pasar produk, strategi pemasaran, produktivitas ekonomi masyarakat, dan jiwa kewirausahaan masyarakat. Penelitian dilakukan di Kabupaten Sanggau, Provinsi Kalimantan Barat, dengan unit analisis berupa desa. Lokasi penelitian mencakup 18 Desa Mandiri yang tersebar pada enam kecamatan, yaitu Kecamatan Kapuas, Tayan Hulu, Entikong, Parindu, Tayan Hilir, dan Sekayam. Pemilihan lokasi mempertimbangkan dua kriteria (Etikan, 2016). Pertama, desa telah berstatus sebagai Desa Mandiri berdasarkan klasifikasi Indeks Desa Membangun (IDM) (PemKab Sanggau, 2024). Kedua, desa tersebut berdasarkan hasil wawancara dengan pemerintah kecamatan telah mulai menerapkan unsur-unsur Desa Cerdas. Survei lapangan dilaksanakan pada bulan Juli hingga Agustus 2025. Survey yang dilakukan berupa observasi lapangan, wawancara, pengisian lembar skoring, dan pengumpulan dokumen pendukung. Observasi dilakukan untuk mengidentifikasi kondisi faktual aktivitas ekonomi desa. Wawancara dilakukan kepada informan kunci yang memahami kondisi pembangunan desa dan aktivitas ekonomi lokal. Sementara, lembar skoring digunakan untuk memberikan penilaian terhadap enam indikator Ekonomi Cerdas pada masing-masing desa.

Analisis data dilakukan melalui dua teknik, yaitu analisis deskriptif kualitatif dan analisis skoring (gambar 1). Analisis deskriptif kualitatif digunakan untuk menjelaskan kondisi faktual Ekonomi Cerdas pada setiap desa berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi. Tahapan analisis kualitatif dilakukan melalui kondensasi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan (Miles et al., 2014). Analisis skoring digunakan untuk mengukur tingkat kesiapan Ekonomi Cerdas pada setiap desa. Setiap indikator diberi skor 1–4 berdasarkan kondisi empiris yang diperoleh dari hasil survei. Skor 1 menunjukkan kondisi sangat rendah atau belum tersedia, skor 2 menunjukkan kondisi rendah atau masih terbatas, skor 3 menunjukkan kondisi tinggi atau mulai berkembang, dan skor 4 menunjukkan kondisi sangat tinggi atau telah berkembang baik (Joshi et al., 2015). Nilai setiap indikator kemudian dihitung menjadi indeks komposit kesiapan Ekonomi Cerdas (Hoffmann & Giovannini, 2008). Rumus indeks kesiapan Ekonomi Cerdas adalah sebagai berikut:

$$IKEC_j = \frac{D1a_j + D1b_j + D1c_j + D1d_j + D1e_j + D1f_j}{6}$$

Keterangan:

- $IKEC_j$ = Indeks Kesiapan Ekonomi Cerdas desa ke-j
- $D1a_j$ = skor fleksibilitas pasar tenaga kerja desa ke-j
- $D1b_j$ = skor keberadaan merek/brand lokal desa ke-j
- $D1c_j$ = skor pangsa pasar produk lokal desa ke-j
- $D1d_j$ = skor strategi pemasaran masyarakat desa ke-j
- $D1e_j$ = skor produktivitas ekonomi masyarakat desa ke-j
- $D1f_j$ = skor jiwa kewirausahaan masyarakat desa ke-j
- 6 = jumlah indikator Ekonomi Cerdas

Klasifikasi tingkat kesiapan dilakukan dengan membagi rentang skor minimum dan maksimum ke dalam lima kategori (Tabel 4). Skor minimum adalah 1 dan skor maksimum adalah 4, sehingga interval kategori dihitung sebagai berikut:

$$I = \frac{\text{Skor maksimum} - \text{Skor minimum}}{\text{Jumlah kategori}}$$

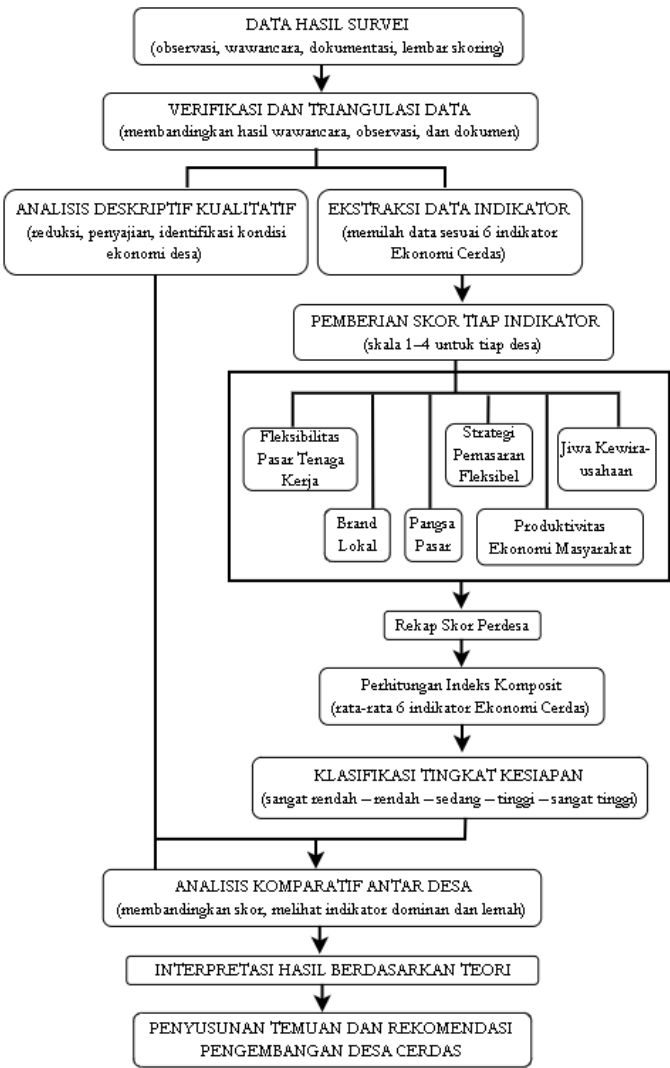
$$I = \frac{4 - 1}{5} = 0,60$$

Tabel 4. Kategori Indeks Kesiapan Ekonomi Cerdas

Tingkat Hubungan	Interval Koefisien
Sangat Rendah	1,00 – 1,60

Tingkat Hubungan	Interval Koefisien
Rendah	1,61 – 2,20
Sedang	2,21 – 2,80
Kuat	2,81 – 3,40
Sangat Kuat	3,41 – 4,00

Sumber: Analisis, 2025



Sumber: Analisis, 2025

Gambar 1. Kerangka Proses Analisis Ekonomi Cerdas

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Kondisi Kesiapan Ekonomi Cerdas pada Desa Mandiri di Kabupaten Sanggau

Ekonomi Cerdas merupakan salah satu dimensi penting dalam implementasi Desa Cerdas karena berkaitan langsung dengan kemampuan masyarakat desa dalam mengembangkan aktivitas ekonomi yang produktif, inovatif, adaptif, dan berdaya saing (Indrawati et al., 2018; Tosida et al., 2022). Dalam penelitian ini, kesiapan Ekonomi Cerdas dianalisis melalui enam indikator utama, yaitu fleksibilitas pasar tenaga kerja, keberadaan merek lokal, jangkauan pasar produk lokal, strategi pemasaran masyarakat, produktivitas ekonomi masyarakat, dan jiwa kewirausahaan Masyarakat (Giffinger et al., 2007; Indrawati et al., 2018; Adamowicz & Zwolińska-Ligaj, 2020; Budziewicz-Guźlecka & Drożdż, 2022; Gerli et al., 2022). Keenam

indikator tersebut merespresentasikan kapasitas masyarakat desa dalam mengelola potensi ekonomi lokal, beradaptasi terhadap pasar, serta memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan nilai tambah. Penggunaan indikator tersebut sejalan dengan pengukuran Ekonomi Cerdas dalam konteks Indonesia serta kajian Desa Cerdas yang menekankan pentingnya inovasi, kewirausahaan, digitalisasi, dan penguatan ekonomi lokal dalam pembangunan perdesaan.

3.1.1 Fleksibilitas Pasar Tenaga Kerja

Fleksibilitas pasar tenaga kerja menunjukkan kemampuan masyarakat desa beradaptasi terhadap peluang kerja, diversifikasi mata pencaharian, dan perubahan struktur ekonomi akibat teknologi (Indrawati et al., 2018; Arifin et al., 2020; Tosida et al., 2022; Qin et al., 2023). Terkait Desa Cerdas, fleksibilitas tenaga kerja tidak hanya dilihat dari rendahnya pengangguran, tetapi juga dari kemampuan masyarakat untuk berpindah atau mengembangkan aktivitas ekonomi baru, baik di sektor pertanian, perdagangan, jasa, maupun usaha berbasis digital (Febrianto, 2025). Peningkatan produktivitas yang didorong oleh digitalisasi berpotensi meningkatkan kesejahteraan tenaga kerja melalui kenaikan pendapatan serta peluang pengembangan karier yang lebih baik. Di desa-desa mandiri Kabupaten Sanggau, mata pencaharian masyarakat cukup beragam, mulai dari pekerja kantoran, petani, hingga wiraswasta. Sekretaris Desa Pana menyampaikan bahwa tingkat pengangguran di wilayahnya relatif rendah.

*“Boleh dikatakan ya ndak terlalu banyak sih, karena udah banyak kerja di perusahaan. Kira-kira jaklah 5%-10%”-
Sekretaris Desa Pana*

Berbeda dengan kondisi tersebut, masyarakat di Desa Entikong masih menghadapi tantangan serius berupa tingginya angka pengangguran. Seorang staf desa mengungkapkan bahwa,

“Banyak kak pengangguran disini. Kira kira berapa ya cuman memang banyak kak, anak anak muda disini ni kebanyakan pengangguran, mau yang ada istri juga ada yang pengangguran, karena lapangan kerja disini ni sempit kak. Ada kali 40% pengangguran sini ni. Yang betani pun sikit jak disini, paling yang ada ladang jak betani, kalau ndak ada ladang ya ndak.” Staf Desa Entikong.

Perbedaan antara Desa Pana dan Desa Entikong menunjukkan bahwa kesiapan Ekonomi Cerdas pada aspek tenaga kerja belum merata berdasarkan hasil wawancara dengan informan desa. Desa Pana menunjukkan kondisi tenaga kerja yang relatif lebih terserap karena adanya akses terhadap perusahaan dan aktivitas ekonomi formal, sebagaimana ditunjukkan oleh rendahnya estimasi pengangguran menurut informan desa. Sebaliknya, Desa Entikong masih menghadapi keterbatasan lapangan kerja, terutama bagi penduduk usia produktif, yang terlihat dari tingginya estimasi pengangguran dan terbatasnya pilihan pekerjaan lokal menurut informan desa. Temuan ini mengindikasikan bahwa status Desa Mandiri belum tentu menjamin fleksibilitas pasar tenaga kerja, karena penciptaan kesempatan kerja tetap dipengaruhi oleh struktur ekonomi lokal, kualitas aksesibilitas, kapasitas kelembagaan ekonomi desa, serta keterhubungan fungsional dengan pusat pelayanan dan pasar (Arifin et al., 2020; Kamaludin & Qibthiyyah, 2022; Cattaneo et al., 2022). Dalam perspektif Ekonomi Cerdas, kondisi tersebut menegaskan perlunya penguatan keterampilan kerja, literasi digital, diversifikasi aktivitas ekonomi, dan menciptakan peluang usaha baru agar masyarakat tidak hanya tergantung pada lapangan kerja formal yang ada, tetapi juga mampu memanfaatkan teknologi agar jiwa kewirausahaan tumbuh (Indrawati et al., 2018; Tosida et al., 2022; Qin et al., 2023).

3.1.2 Keberadaan Merek Lokal sebagai Citra Ekonomi Desa

Keberadaan merek lokal juga merupakan bagian dari kesiapan Ekonomi Cerdas karena merek berfungsi sebagai identitas ekonomi (pembeda produk), dan cara meningkatkan daya saing desa (Adamowicz & Zwolińska-Ligaj, 2020; Budziewicz-Guźlecka & Drożdż, 2022; Albaladejo-García et al., 2024). Di wilayah perdesaan, merek lokal tidak hanya tentang nama produk, tetapi lebih kepada kemampuan desa membangun citra ekonomi berbasis potensi lokal yang mengutamakan kualitas, kontinuitas, kemasan, legalitas, serta strategi promosi produk agar daya saing meningkat (Y. Zhang et al., 2024; Albaladejo-García

et al., 2024). Kajian Desa Cerdas menekankan bahwa pengembangan desa cerdas perlu bertumpu pada kekuatan dan aset lokal, sedangkan konsep territorial branding menunjukkan bahwa produk lokal dapat menjadi indikator pembangunan perdesaan ketika dikelola sebagai identitas ekonomi yang memiliki nilai pasar (Adamowicz & Zwolińska-Ligaj, 2020; Komorowski & Stanny, 2020; Aesthetika et al., 2023; Y. Zhang et al., 2024). Desa-desi mandiri di Kabupaten Sanggau memiliki beragam potensi lokal yang berpeluang untuk dikembangkan menjadi produk unggulan desa. Beberapa di antaranya berasal dari sektor pertanian, perkebunan, maupun hasil hutan. Misalnya, Sekretaris Desa Nekan menyampaikan bahwa, produk padi sudah diekspor ke luar kecamatan seperti ke Kecamatan Sekayam. Selain itu, potensi kerajinan juga cukup menonjol. Sekretaris Desa Gerundi menjelaskan bahwa,

“Ada produksi anyaman-anyaman dari lidi dari ibu-ibu disini. Namun masih individu masing-masing, jadi belum ada komunitas yang menaunginya. Biasa ibu-ibu bikin jarai”- Sekretaris Desa Suka Gerundi

Tidak hanya itu, Desa Suka Mulya juga memiliki potensi di bidang olahan pangan. Seperti diungkapkan oleh Sekretaris Desa Suka Mulya,

“Kita disini kan banyak produksi tahu tempe, ada keripik... keripik singkong ada... rumahan, dia sampe ke indomaret masuk, keripik singkong, kalau tahu sini besar, tahu tempe ni skala besar disini, banyak produksinya” Sekretaris Desa Suka Mulya



Sumber: Survei, 2025

Gambar 2. Produk Unggulan Desa Mandiri Kabupaten Sanggau

Temuan di Kabupaten Sanggau menunjukkan bahwa potensi produk lokal cukup beragam, mulai dari hasil pertanian, kerajinan, hingga olahan pangan. Namun demikian, sebagian produk masih berada pada tahap produksi individual dan belum didukung oleh kelembagaan yang terstandarisasi sehingga strategi brandingnya menjadi kuat. Kondisi Suka Mulya yang produknya telah masuk ke jaringan ritel menunjukkan potensi penguatan citra ekonomi desa, sedangkan kasus Suka Gerundi menunjukkan bahwa produk lokal masih membutuhkan dukungan kelembagaan agar dapat berkembang menjadi merek bersama desa. Dengan demikian, kesiapan Ekonomi Cerdas pada indikator ini tidak hanya ditentukan oleh keberadaan produk, tetapi juga oleh kemampuan desa membangun identitas ekonomi dan memperluas pengenalan produk di luar desa (Adamowicz & Zwolińska-Ligaj, 2020; Budziewicz-Guźlecka & Drożdż, 2022; Albaladejo-García et al., 2024). Dengan penguatan branding dan dukungan kelembagaan, produk-produk lokal ini dapat memiliki jangkauan pasar yang lebih luas serta berkontribusi pada peningkatan perekonomian desa.

3.1.3 Jangkauan Pasar Produk Lokal

Jangkauan pasar produk lokal merupakan indikator kesiapan Ekonomi Cerdas karena menunjukkan kemampuan produk desa untuk terhubung dengan pasar yang lebih luas, baik lokal hingga internasional (Adamowicz & Zwolińska-Ligaj, 2020; Y. Zhang et al., 2022; Qin et al., 2023). Pada aspek Ekonomi Cerdas, perluasan pasar berkaitan dengan kemampuan desa membangun jejaring ekonomi, memperkuat distribusi produk, serta memanfaatkan teknologi dan jaringan sosial untuk memperluas konsumen (Indrawati et al., 2018; Tosida et al., 2022; Qin et al., 2023; Manurung & Candraningrat, 2024). Pada desa-desa yang berada di

wilayah strategis seperti kawasan perbatasan, potensi keterhubungan pasar menjadi lebih besar, tetapi perlu dibedakan antara aktivitas ekonomi lintas batas dan keberhasilan ekspansi produk lokal desa (Howaniec & Lis, 2020; Anuar & Raharjo, 2022). Desa-desi mandiri Kabupaten Sanggau, pemasaran produk hasil pertanian umumnya masih dilakukan secara langsung, mulai dari tingkat desa, kecamatan, kabupaten, hingga lintas negara. Lokasi geografis Desa Entikong, misalnya, yang berdekatan dengan Pos Lintas Batas Negara (PLBN), menyebabkan interaksi ekonomi dengan Malaysia berlangsung cukup intensif. Salah satu informan menyampaikan:

“Cuman di kecamatan terdekat aja kak. Biasa barang ni dari Malaysia di imporkan kesini jualannya. Sampai ke Kecamatan Sekayam gitu”- Staf Desa Entikong

Selain produk lintas batas, komoditas lokal juga memiliki jangkauan pasar yang cukup luas. Sekretaris Desa Pulau Tayan Utara menuturkan,

“Kita disini ada ikan ya hasil dari nelayan sama keramba ikan tu kadang udah sampai kalteng sampai kabupaten juga udah ada. malah kadang kurang ikan dari sini tu permintaan nya banyak.” Sekretaris Desa Pulau Tayan Utara

Sementara itu, pemasaran melalui platform digital mulai dilakukan oleh sebagian masyarakat, meskipun pemanfaatannya masih terbatas pada media sosial seperti WhatsApp dan Facebook. Sekretaris Desa Kawat menjelaskan,

“Yang untuk produk ya ada sebagian yang udah lewat Whatsapp sama Facebook. WA sama Facebook aktiflah jualan. Belum ada yang sampai merambat ke marketplace. Masih tingkat kecamatanlah yang beli, cuma kalo makanan tu kita pernah ada pesanan dari jawa cuma yang mesan tu kenal sama yang kerja di PT antam, jadi mereka lah yang rekomendasikan.”- Sekretaris Desa Kawat

Temuan lapangan menunjukkan adanya variasi jangkauan pasar antar desa. Pulau Tayan Utara menunjukkan kapasitas pasar yang relatif luas karena produk perikanan telah menjangkau wilayah luar kabupaten bahkan luar provinsi. Sementara itu, Desa Entikong memiliki posisi strategis sebagai kawasan perbatasan yang memungkinkan interaksi ekonomi dengan Malaysia, tetapi kondisi tersebut lebih mencerminkan aktivitas perdagangan lintas batas daripada bukti kuat ekspor produk lokal desa. Di Desa Kawat, pemasaran mulai memanfaatkan WhatsApp dan Facebook, tetapi jangkauannya masih sangat bergantung pada relasi personal. Kondisi ini menunjukkan bahwa perluasan pasar produk lokal masih belum sepenuhnya berbasis sistem pemasaran digital yang mapan. Meskipun potensi pemasaran lintas wilayah dan lintas negara cukup besar, pola distribusi produk di desa-desi mandiri Kabupaten Sanggau masih didominasi oleh pemasaran tradisional. Pemanfaatan platform digital mulai terlihat, namun masih terbatas pada lingkup media sosial sederhana dan jaringan pertemanan, belum merambah ke sistem e-commerce yang lebih luas. Hal ini menunjukkan bahwa kapasitas masyarakat dalam memanfaatkan teknologi digital perlu ditingkatkan agar mampu memperluas akses pasar, meningkatkan daya saing produk lokal, serta mendorong integrasi ekonomi desa dengan pasar regional maupun global (Adamowicz & Zwolińska-Ligaj, 2020; Y. Zhang et al., 2022; Qin et al., 2023).

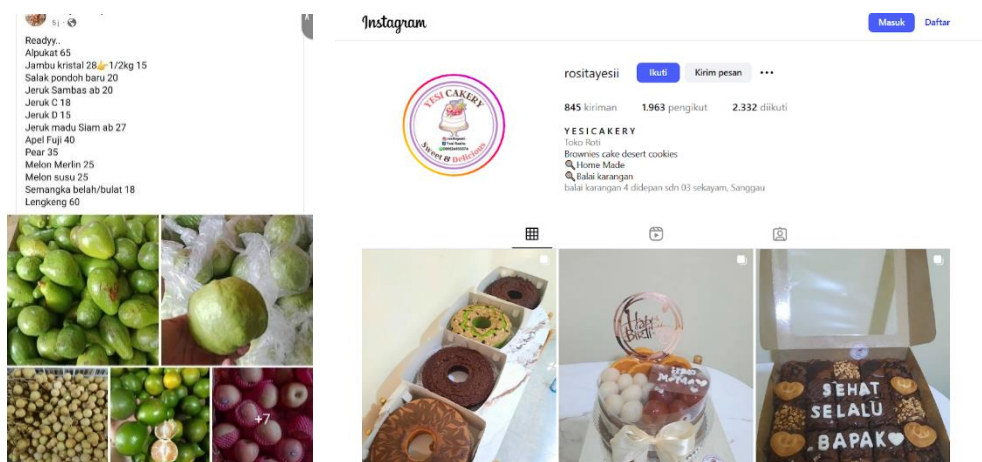
3.1.4 Strategi Pemasaran Fleksibel

Strategi pemasaran fleksibel sebagai bagian dari kesiapan Ekonomi Cerdas karena menunjukkan kemampuan masyarakat untuk menyesuaikan cara pemasaran dengan perubahan perilaku konsumen, perkembangan teknologi, dan perluasan jaringan pasar (Tosida et al., 2022; Budziewicz-Guźlecka & Drożdż, 2022; Gao et al., 2023; Sharabati et al., 2024). Dalam konteks desa, pemasaran fleksibel tidak selalu berarti meninggalkan pasar tradisional, tetapi mengombinasikan pemasaran konvensional dengan media sosial, marketplace, jaringan komunitas, pameran, dan promosi berbasis cerita produk lokal (Azizah & Kriswibowo, 2020; Muslimin et al., 2022; Tosida et al., 2022; Aesthetika et al., 2023). Digital marketing pada UMKM terbukti dapat meningkatkan kinerja usaha melalui perluasan jangkauan, peningkatan interaksi dengan konsumen, dan penguatan visibilitas produk (Gao et al., 2023; Sharabati et al., 2024; Manurung &

Candraningrat, 2024). Strategi pemasaran yang dilakukan pada Desa Mandiri Kabupaten Sanggau saat ini berupa promosi digital. Hal ini tercermin dari pernyataan aparat desa berikut:

“Melalui whatsapp facebook udah ada, soalnya udah ada juga pelatihan pemasaran sebelumnya lewat program desa cerdas yang tahun lalu tu” – Rudianto, Sekretaris Desa Pulau Tayan Utara.

“Mereka jualan biasa posting di Wa, di Fb terus yang muda-muda juga dah mulai keranjang kuning tu yang di tiktok sama shoppe juga si” Kepala Desa Sosok



Sumber: Survei, 2025

Gambar 3. Pemasaran Digital Masyarakat Desa Balai Karangan

Temuan di Kabupaten Sanggau menunjukkan bahwa masyarakat desa mulai mengadopsi pemasaran digital, terutama melalui WhatsApp, Facebook, TikTok, dan Shopee. Akan tetapi, tingkat pemanfaatannya masih beragam. Sebagian desa baru menggunakan media sosial sebagai sarana promosi sederhana, sementara sebagian lainnya mulai mengenal fitur marketplace. Kondisi ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran digital masih berada pada tahap awal dan belum sepenuhnya didukung oleh kapasitas manajemen konten, pengemasan produk, sistem pembayaran, pengiriman, dan pengelolaan pelanggan (Tosida et al., 2022; Gao et al., 2023; Sharabati et al., 2024). Oleh karena itu, kesiapan Ekonomi Cerdas pada indikator ini perlu diperkuat melalui pelatihan pemasaran digital yang tidak hanya mengenalkan platform, tetapi juga membangun kemampuan branding, pencatatan transaksi, pelayanan konsumen, dan manajemen distribusi.

3.1.5 Produktivitas Ekonomi Masyarakat Secara Umum

Produktivitas ekonomi merupakan indikator Ekonomi Cerdas yang mencerminkan kemampuan masyarakat menghasilkan nilai tambah dari potensi lokal secara efisien, berkelanjutan, dan adaptif terhadap karakteristik wilayah (Adamowicz & Zwolińska-Ligaj, 2020; Tosida et al., 2022; Y. Zhang et al., 2022). Pada wilayah perdesaan, harusnya produktivitas ekonomi tidak hanya diukur dari besarnya produksi pertanian, tetapi juga dari kemampuan masyarakat melakukan keberagaman usaha, mengolah produk lokal, mengakses pasar, serta mengembangkan sektor perdagangan dan jasa (Adamowicz & Zwolińska-Ligaj, 2020; Y. Zhang et al., 2022; Sobczak-Malitka & Drejerska, 2024). Dalam hal Desa Cerdas, produktivitas ekonomi menjadi bagian dari upaya meningkatkan ketahanan dan keberlanjutan wilayah perdesaan melalui inovasi, pemanfaatan sumber daya lokal, penguatan kapasitas masyarakat, pengembangan jaringan ekonomi, serta pemanfaatan teknologi dalam aktivitas ekonomi desa (Adamowicz & Zwolińska-Ligaj, 2020; Komorowski & Stanny, 2020; Tosida et al., 2022). Produktivitas ekonomi masyarakat pedesaan umumnya tercermin melalui potensi lokal, produk unggulan, serta jenis pekerjaan yang ditekuni. Di

Kelurahan Ilir Kota, misalnya, sebagian besar masyarakat lebih banyak bergerak di sektor perdagangan dan jasa dibandingkan sektor pertanian. Hal ini sebagaimana disampaikan oleh Sekretaris Kelurahan Ilir Kota:

“Rata-rata pegadang ya, lingkungan pasarkan kita kan. Nda ada (dominan berkebun), paling ada beberapa yang punya lahan karena daerah kita daerah kota, makanya kami berkebunnya pakai polybag, palinglah hanya beberapa yang punya kebun. Kelurahan ini, pedagang, pegawai tu dikata bukan ASN juga, mereka yang kek di toko-toko, indomaret, itu kan juga pegawai, pegawai, pegawai toko gitu kan.”- Sekretaris Kelurahan Ilir Kota

Kondisi Kelurahan Ilir Kota menunjukkan bahwa produktivitas ekonomi masyarakat dipengaruhi oleh karakteristik spasial wilayah. Sebagai wilayah dengan karakteristik lebih perkotaan, aktivitas ekonomi masyarakat cenderung bergeser dari sektor pertanian keperdagangan dan jasa. Pergeseran ini menunjukkan adanya adaptasi ekonomi terhadap keterbatasan lahan dan kedekatan dengan pusat pasar, karena transformasi wilayah perdesaan menuju aktivitas nonpertanian umumnya dipengaruhi oleh keterbatasan sumber daya lahan, akses terhadap pusat pelayanan, serta peluang ekonomi pada sektor perdagangan dan jasa (Cattaneo et al., 2022; Husna, 2023). Namun, dalam perspektif Ekonomi Cerdas, produktivitas belum cukup hanya dilihat dari dominasi perdagangan dan jasa, tetapi juga dari kemampuan masyarakat menciptakan nilai tambah, menggunakan teknologi, dan membangun sistem usaha yang berkelanjutan (Adamowicz & Zwolińska-Ligaj, 2020; Tosida et al., 2022; Gao et al., 2023). Dengan demikian, desa atau kelurahan dengan aktivitas ekonomi yang beragam tetap membutuhkan penguatan inovasi, kelembagaan usaha, dan pemanfaatan digitalisasi agar produktivitas ekonomi tidak berhenti pada aktivitas konsumtif atau perdagangan skala kecil (Kania et al., 2021; Tosida et al., 2022; Gao et al., 2023).

3.1.6 Jiwa Kewirausahaan Masyarakat

Jiwa kewirausahaan merupakan salah satu indikator utama Ekonomi Cerdas karena menunjukkan kemampuan masyarakat dalam menciptakan usaha baru, mengembangkan inovasi produk, memanfaatkan peluang pasar, dan mengelola potensi lokal menjadi sumber pendapatan (Kania et al., 2021; Gerli et al., 2022; Tosida et al., 2022). Terkait Desa Cerdas, kewirausahaan masyarakat tidak hanya ditunjukkan oleh jumlah usaha mandiri, tetapi juga oleh kemampuan pelaku usaha untuk berinovasi, membangun jejaring produksi, mengelola bahan baku, menjaga kualitas, memperoleh legalitas, dan memperluas pasar (Kania et al., 2021; Tosida et al., 2022; Gerli et al., 2022; Sobczak-Malitka & Drejerska, 2024). Studi mengenai kewirausahaan desa di Indonesia menunjukkan bahwa kelembagaan ekonomi desa, termasuk BUMDes dan kelompok usaha, dapat menjadi komponen penting untuk mendorong kewirausahaan perdesaan apabila didukung oleh kapasitas manajemen dan pemanfaatan potensi lokal (Kania et al., 2021; Kusmulyono et al., 2023). Di Desa Kawat, hampir setengah masyarakat terlibat dalam kegiatan usaha mandiri. Hal ini sebagaimana disampaikan oleh Sekretaris Desa Kawat:

“Paling 45% lah soalnya di Desa Kawat ini punya usaha, bisa di bilang ini ni jadi sektor unggulan lah di sini. Sisanya ya kerja perusahaan swasta, kayak sawit, tambang”- Tri Suwandi, Sekretaris Desa Kawat

Contoh kewirausahaan berbasis pertanian juga terlihat di Desa Menyabo. Salah satu produk unggulannya adalah Menyabe, yaitu produk olahan cabai yang telah memperoleh izin edar dari BPOM. Produk ini telah dipasarkan hingga ke Pontianak, meskipun sempat mengalami keterbatasan dalam memenuhi permintaan pasar. Keterbatasan tersebut disebabkan oleh pasokan bahan baku yang masih bergantung pada hasil lokal, sementara biaya akan meningkat jika harus mendatangkan bahan baku dari luar daerah.

“Kayak Menyabe, menyabe itu produk cabe olahan. Raja rasa, itu di bagian kuliner yang memang udah terdaftar produknya secara BPOM. Menyabe udah keluar desa, sampe Pontianak. Bahkan kemarin kita sampai ndak mampu memenuhi permintaan. mereka kelompok perkebunan cabe, mereka punya mesin olahan juga punya rumah produksi. Tapi terkendala di bahan baku, mereka ngandalkan bahan baku lokal soalnya kalo ambil dari luar costnya lebih besar. Sama Raja rasa juga mereka sama tahun 2023 karna di bawah binaan dari rerforma agraria juga. Kalau yang produk raja rasa itu dia rasanya di percaya dinas juga untuk makanan sehat

dan bergizi dari dinas kesehatan untuk ibu hamil.” – Sekretaris Desa Menyabo

Temuan di Desa Kawat menunjukkan bahwa kegiatan usaha mandiri telah menjadi bagian penting dari struktur ekonomi masyarakat. Sementara itu, kasus Menyabo menunjukkan contoh kewirausahaan yang lebih maju karena produk olahan cabai telah memiliki legalitas, rumah produksi, mesin pengolahan, dan jangkauan pasar hingga Pontianak. Namun, keterbatasan bahan baku menunjukkan bahwa kesiapan kewirausahaan tidak hanya bergantung pada inovasi produk, tetapi juga pada keberlanjutan rantai pasok, kapasitas produksi, dan manajemen usaha. Terkait usaha desa, inovasi produk perlu didukung oleh kemampuan menjaga pasokan bahan baku, membangun jejaring produksi, mengelola kapasitas operasional, serta memperkuat kelembagaan usaha agar produk lokal dapat dipasarkan secara berkelanjutan (Kania et al., 2021; Siagian & Johono, 2022; Wijaya, 2023; Sobczak-Malitka & Drejerska, 2024).

3.2 Analisis Indeks Kesiapan Ekonomi Cerdas pada Desa Mandiri di Kabupaten Sanggau

Kesiapan Ekonomi Cerdas pada Desa Mandiri di Kabupaten Sanggau dianalisis menggunakan indeks komposit yang dibangun dari enam indikator, yaitu fleksibilitas pasar tenaga kerja, keberadaan merek lokal, jangkauan pasar produk, strategi pemasaran masyarakat, produktivitas ekonomi, dan jiwa kewirausahaan masyarakat. Penggunaan indeks komposit bertujuan untuk merangkum beberapa indikator menjadi satu ukuran agregat sehingga tingkat kesiapan antar desa dapat dibandingkan secara sistematis. Pendekatan ini sejalan dengan penggunaan indikator komposit yang lazim digunakan untuk membandingkan kinerja atau tingkat capaian antar unit analisis berdasarkan beberapa indikator penyusun (Hoffmann & Giovannini, 2008). Pada Ekonomi Cerdas khususnya di Indonesia, keenam indikator tersebut menjelaskan kapasitas desa dalam membangun ekonomi yang produktif, inovatif, adaptif, terhubung dengan pasar, serta berbasis kewirausahaan dan pemanfaatan teknologi (Indrawati et al., 2018; Tosida et al., 2022).

Table 5. Indeks Kesiapan Ekonomi Cerdas pada Desa Mandiri di Kabupaten Sanggau

No	Desa	Kecamatan	Variabel						Dimensi Ekonomi Cerdas	Kategori Ekonomi Cerdas
			D1 a	D1 b	D1 c	D1 d	D1 e	D1 f		
1	Sungai Mawang	Kapuas	3	2	3	2	1	3	2.33	Sedang
2	Pana		2	2	3	2	2	2	2.17	Rendah
3	Beringin		3	2	3	3	4	4	3.17	Tinggi
4	Sungai Batu		2	2	3	2	1	2	2.00	Rendah
5	Ilir Kota		3	3	3	3	2	3	2.83	Tinggi
6	Binjai	Tayan Hulu	3	2	2	2	1	2	2.00	Rendah
7	Sosok		3	3	3	2	4	2	2.83	Tinggi
8	Menyabo		4	4	4	4	4	4	4.00	Sangat Tinggi
9	Entikong	Entikong	3	3	4	2	3	2	2.83	Tinggi
10	Nekan		2	3	3	2	1	4	2.50	Sedang
11	Suka Mulya	Parindu	3	3	3	3	4	3	3.17	Tinggi
12	Pusat Damai		4	2	3	2	1	4	2.67	Sedang
13	Suka Gerundi		2	3	3	2	2	3	2.50	Sedang
14	Kawat	Tayan Hilir	4	2	3	1	1	4	2.50	Sedang
15	Pulau Tayan Utara		4	4	3	4	1	2	3.00	Tinggi
16	Pedalaman		4	3	3	1	3	4	3.00	Tinggi
17	Balai Karangan	Sekayam	3	3	3	4	3	4	3.33	Tinggi
18	Kenaman		2	4	3	2	2	2	2.50	Sedang

Sumber: Analisis, 2025

D1a = Fleksibilitas pasar tenaga kerja di desa

D1b = Keberadaan merek/brand lokal

D1c = Pangsa pasar produk lokal, regional, nasional dan Internasional

D1d = Strategi pemasaran masyarakat yang fleksibel

D1e = Produktivitas ekonomi masyarakat

D1f = Jiwa kewirausahaan masyarakat

Berdasarkan hasil skoring, tingkat kesiapan Ekonomi Cerdas pada 18 Desa Mandiri di Kabupaten Sanggau menunjukkan variasi antar desa. Desa Menyabo memperoleh indeks tertinggi sebesar 4,00 dan masuk dalam kategori sangat tinggi. Capaian ini menunjukkan bahwa Menyabo memiliki kesiapan yang relatif merata pada seluruh indikator Ekonomi Cerdas, mulai dari fleksibilitas pasar tenaga kerja, keberadaan merek lokal, jangkauan pasar produk, strategi pemasaran, produktivitas ekonomi, hingga jiwa kewirausahaan masyarakat. Kondisi ini sejalan dengan konsep Desa Cerdas yang menekankan pentingnya pemanfaatan potensi lokal, inovasi, kewirausahaan, dan penguatan kapasitas masyarakat dalam mendukung pembangunan perdesaan yang berkelanjutan (Adamowicz & Zwolińska-Ligaj, 2020; Gerli et al., 2022). Sebanyak delapan desa berada pada kategori tinggi, yaitu Beringin, Ilir Kota, Sosok, Entikong, Suka Mulya, Pulau Tayan Utara, Pedalaman, dan Balai Karangan. Kelompok ini menunjukkan bahwa fondasi Ekonomi Cerdas telah berkembang, terutama pada aspek fleksibilitas pasar tenaga kerja, jangkauan pasar produk, produktivitas ekonomi, dan kewirausahaan masyarakat. Namun demikian, beberapa desa dalam kategori tinggi masih memiliki kelemahan pada strategi pemasaran digital dan penguatan kewirausahaan. Hal ini menunjukkan bahwa kategori tinggi belum selalu berarti seluruh indikator telah matang, melainkan menunjukkan bahwa sebagian besar aspek kesiapan sudah berkembang tetapi masih membutuhkan penguatan pada indikator tertentu. Dalam Ekonomi Cerdas, penguatan pemasaran digital, inovasi produk, dan jejaring pasar menjadi penting karena teknologi digital dapat membantu pelaku usaha memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan kinerja usaha (Tosida et al., 2022; Gao et al., 2023; Sharabati et al., 2024).

Enam desa berada pada kategori sedang, yaitu Sungai Mawang, Nekan, Pusat Damai, Suka Gerundi, Kawat, dan Kenaman. Kelompok ini umumnya memiliki potensi kewirausahaan dan jangkauan pasar yang mulai berkembang, tetapi masih menghadapi kelemahan pada produktivitas ekonomi dan strategi pemasaran. Hal ini mengindikasikan bahwa aktivitas ekonomi desa telah berjalan, tetapi belum sepenuhnya didukung oleh kapasitas produksi, kontinuitas usaha, pengelolaan rantai pasok, branding, dan pemasaran digital yang kuat. Dalam pengembangan Desa Cerdas, kondisi seperti ini membutuhkan intervensi pada aspek peningkatan kapasitas pelaku usaha, penguatan kelembagaan ekonomi desa, serta pemanfaatan teknologi untuk memperkuat nilai tambah produk lokal (Kania et al., 2021; Budziewicz-Guźlecka & Drożdż, 2022; Sobczak-Malitka & Drejerska, 2024). Tiga desa berada pada kategori rendah, yaitu Pana, Sungai Batu, dan Binjai. Ketiga desa tersebut masih menghadapi kelemahan pada beberapa indikator utama, terutama produktivitas ekonomi, keberadaan merek lokal, strategi pemasaran, dan jiwa kewirausahaan. Kondisi ini menunjukkan bahwa status Desa Mandiri belum otomatis mencerminkan kesiapan Ekonomi Cerdas yang merata pada seluruh desa. Pengembangan Ekonomi Cerdas pada kelompok ini perlu dimulai dari penguatan dasar ekonomi lokal, seperti identifikasi produk unggulan, pendampingan usaha, peningkatan keterampilan masyarakat, penguatan kelembagaan ekonomi desa, serta pelatihan pemasaran digital. Strategi tersebut penting karena Ekonomi Cerdas dalam ekosistem Desa Cerdas tidak hanya bergantung pada infrastruktur digital, tetapi juga pada kesiapan masyarakat, kapasitas kewirausahaan, dan kemampuan mengelola potensi lokal secara produktif dan berkelanjutan (Indrawati et al., 2018; Kania et al., 2021; Tosida et al., 2022).

Secara umum, hasil indeks menunjukkan bahwa kesiapan Ekonomi Cerdas pada Desa Mandiri di Kabupaten Sanggau telah mulai terbentuk, tetapi belum merata (Tabel 6). Indikator dengan kecenderungan paling kuat adalah jangkauan pasar produk, fleksibilitas pasar tenaga kerja, dan jiwa kewirausahaan. Sebaliknya, indikator yang masih relatif lemah adalah produktivitas ekonomi masyarakat dan strategi pemasaran masyarakat yang adaptif. Dengan demikian, agenda pengembangan Desa Cerdas

di Kabupaten Sanggau perlu diarahkan pada peningkatan produktivitas usaha, digitalisasi pemasaran, penguatan merek lokal, serta penguatan kelembagaan ekonomi desa agar transformasi menuju Ekonomi Cerdas dapat berjalan lebih inklusif dan berkelanjutan.

Table 6. Matriks Sintesis Kesiapan Ekonomi Cerdas Desa Mandiri Kabupaten Sanggau

Kategori Kesiapan	Desa	Jumlah Desa	Pola Dimensi Utama	Dimensi yang Perlu Dipertahankan	Dimensi yang Perlu Ditingkatkan	Arahan Rekomendasi
Sangat Tinggi	Menyabo	1	Seluruh indikator memperoleh skor tinggi. Kesiapan Ekonomi Cerdas relatif merata pada aspek tenaga kerja, merek lokal, jangkauan pasar, pemasaran, produktivitas, dan kewirausahaan.	Fleksibilitas pasar tenaga kerja, merek lokal, jangkauan pasar, strategi pemasaran, produktivitas ekonomi, dan kewirausahaan.	Penguatan keberlanjutan bahan baku, kapasitas produksi, standardisasi produk, dan perluasan pasar.	Menjadikan Menyabo sebagai model pembelajaran bagi desa lain; memperkuat rantai pasok bahan baku, sertifikasi/legalitas produk, kemasan, branding, marketplace, dan kemitraan distribusi.
Tinggi	Beringin, Iilir Kota, Sosok, Entikong, Suka Mulya, Pulau Tayan Utara, Pedalaman, Balai Karangan	8	Fondasi Ekonomi Cerdas sudah terbentuk. Kekuatan utama berada pada fleksibilitas tenaga kerja, jangkauan pasar produk, produktivitas ekonomi, dan sebagian aspek kewirausahaan. Namun, beberapa desa masih belum merata pada strategi pemasaran digital dan penguatan merek lokal.	Fleksibilitas pasar tenaga kerja, jangkauan pasar produk, produktivitas ekonomi, dan kewirausahaan masyarakat.	Strategi pemasaran adaptif, digital marketing, penguatan merek lokal, kelembagaan usaha, dan manajemen distribusi.	Mengembangkan inkubasi usaha desa, pelatihan digital marketing, penguatan brand produk lokal, integrasi marketplace, penguatan konten promosi, serta perluasan jejaring pasar regional dan nasional.
Sedang	Sungai Mawang, Nekan, Pusat Damai, Suka Gerundi, Kawat, Kenaman	6	Desa pada kategori ini memiliki potensi kewirausahaan dan jangkauan pasar yang mulai berkembang, tetapi masih lemah pada produktivitas ekonomi dan strategi pemasaran. Aktivitas ekonomi sudah ada, tetapi belum sepenuhnya didukung oleh kapasitas produksi, kontinuitas usaha, branding, dan pemasaran digital.	Jiwa kewirausahaan masyarakat, jangkauan pasar produk, dan sebagian fleksibilitas tenaga kerja.	Produktivitas ekonomi, strategi pemasaran adaptif, merek lokal, kapasitas produksi, kemasan, legalitas, dan kelembagaan usaha.	Memperkuat kapasitas produksi, pengolahan produk lokal, kelembagaan kelompok usaha/BUMDes, pelatihan pemasaran digital, standarisasi produk, pengemasan, legalitas produk, dan pendampingan branding.

Kategori Kesiapan	Desa	Jumlah Desa	Pola Dimensi Utama	Dimensi yang Perlu Dipertahankan	Dimensi yang Perlu Ditingkatkan	Arahan Rekomendasi
Rendah	Pana, Sungai Batu, Binjai	3	Kesiapan Ekonomi Cerdas masih terbatas. Kelemahan utama terlihat pada produktivitas ekonomi, merek lokal, strategi pemasaran, dan jiwa kewirausahaan. Jangkauan pasar mulai terlihat pada sebagian desa, tetapi belum ditopang oleh kapasitas produksi dan inovasi usaha yang kuat.	Jangkauan pasar yang mulai terbentuk dan sebagian fleksibilitas tenaga kerja.	Produktivitas ekonomi, kewirausahaan, merek lokal, strategi pemasaran, keterampilan tenaga kerja, dan identifikasi produk unggulan.	Memulai dari pemetaan potensi ekonomi lokal, identifikasi produk unggulan, pelatihan dasar kewirausahaan, penguatan keterampilan kerja, pembentukan kelompok usaha, pendampingan branding sederhana, dan pemasaran digital dasar melalui media sosial.
Sangat Rendah	Tidak ada	0	Tidak terdapat desa dalam kategori sangat rendah. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh desa lokus minimal telah memiliki fondasi awal Ekonomi Cerdas, meskipun dengan tingkat kesiapan yang berbeda.	-	-	Tetap dilakukan pemantauan agar desa kategori rendah tidak mengalami stagnasi, terutama pada aspek produktivitas, kewirausahaan, dan pemasaran.

Sumber: Hasil Kajian, 2025

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, tingkat kesiapan Ekonomi Cerdas pada Desa Mandiri yang telah mulai menerapkan Desa Cerdas di Kabupaten Sanggau menunjukkan variasi antar desa. Dari 18 desa lokus penelitian, satu desa berada pada kategori sangat tinggi, delapan desa berada pada kategori tinggi, enam desa berada pada kategori sedang, dan tiga desa berada pada kategori rendah. Tidak terdapat desa yang berada pada kategori sangat rendah. Kondisi ini menunjukkan bahwa fondasi Ekonomi Cerdas pada desa-desa lokus penelitian telah mulai terbentuk, tetapi tingkat kesiapannya belum merata pada seluruh indikator. Desa Menyabo menjadi desa dengan tingkat kesiapan tertinggi karena memiliki skor merata pada seluruh indikator, yaitu fleksibilitas pasar tenaga kerja, keberadaan merek lokal, jangkauan pasar produk, strategi pemasaran, produktivitas ekonomi, dan jiwa kewirausahaan masyarakat. Keberadaan produk olahan lokal, legalitas produk, kapasitas produksi, dan jangkauan pasar menunjukkan bahwa Menyabo memiliki potensi kuat sebagai contoh praktik Ekonomi Cerdas berbasis produk lokal. Namun demikian, keterbatasan bahan baku tetap menjadi catatan penting yang menunjukkan bahwa desa dengan kategori sangat tinggi pun masih membutuhkan penguatan rantai pasok dan keberlanjutan produksi. Secara umum, indikator yang relatif kuat pada desa-desa lokus adalah jangkauan pasar produk, fleksibilitas pasar tenaga kerja, dan jiwa kewirausahaan masyarakat. Sementara itu, indikator yang masih perlu diperkuat adalah produktivitas ekonomi masyarakat, strategi pemasaran adaptif, dan pengembangan merek lokal. Temuan ini menegaskan bahwa status Desa Mandiri belum otomatis mencerminkan kesiapan Ekonomi Cerdas yang

merata, karena setiap desa memiliki karakteristik ekonomi, kapasitas produksi, akses pasar, kelembagaan usaha, dan kemampuan pemanfaatan teknologi yang berbeda.

Implikasi dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan Desa Cerdas di Kabupaten Sanggau perlu diarahkan secara bertahap sesuai kategori kesiapan desa. Desa dengan kategori sangat tinggi dan tinggi perlu difokuskan pada perluasan pasar, penguatan branding, peningkatan skala produksi, digitalisasi pemasaran, dan replikasi praktik baik. Desa kategori sedang membutuhkan penguatan kapasitas produksi, legalitas produk, pengemasan, kelembagaan usaha, dan pemasaran digital. Sementara itu, desa kategori rendah perlu mendapatkan intervensi dasar berupa pemetaan potensi ekonomi lokal, pelatihan kewirausahaan, penguatan keterampilan kerja, pembentukan kelompok usaha, serta pendampingan pemasaran sederhana berbasis media sosial. Dengan strategi tersebut, transformasi menuju Desa Cerdas tidak hanya bertumpu pada infrastruktur teknologi, tetapi juga pada penguatan kapasitas ekonomi lokal, produktivitas masyarakat, dan keberlanjutan usaha desa. Secara keseluruhan, penerapan Ekonomi Cerdas di Kabupaten Sanggau memiliki peluang besar untuk dikembangkan sebagai model pembangunan desa cerdas di Kalimantan Barat. Rekomendasi utama dari penelitian ini adalah perlunya kebijakan yang menekankan pada penguatan kapasitas sumber daya manusia, fasilitasi branding produk lokal, serta integrasi desa dengan ekosistem digital agar transformasi menuju Desa Cerdas dapat berlangsung secara merata, inklusif, dan berkelanjutan.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Fakultas Teknik Universitas Tanjungpura atas dukungan pendanaan melalui Program Penelitian DIPA Fakultas Teknik Tahun 2025 berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Teknik Universitas Tanjungpura Nomor 3220/UN22.4/PI/01.05/2025 tentang Penetapan Penerima Hibah Penelitian DIPA Fakultas Teknik Universitas Tanjungpura Tahun 2025 dengan Nomor Kontrak: SP DIPA-139.03.2.693103/2025. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Pemerintah Kabupaten Sanggau, para kepala desa dan aparat desa di wilayah penelitian, serta semua pihak yang telah memberikan data, informasi, dan dukungan selama proses penelitian ini. Kontribusi seluruh responden, baik dari masyarakat desa, perangkat daerah, maupun mitra akademik, sangat membantu dalam penyelesaian penelitian ini.

6. REFERENSI

- Adamowicz, M., & Zwolińska-Ligaj, M. (2020). The “ Smart Village ” as a Way to Achieve Sustainable Development in Rural Areas of Poland. *Sustainability*, 12(16), 6503. <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/su12166503>
- Addiansyah, M. (2024). Desa Cerdas dan Inovasi Pelayanan Publik di Masa Endemi: Belajar dari Desa Mojowarno. *Matra Pembaruan*, 8(1), 75–88. <https://doi.org/10.21787/mp.8.1.2024.75-88>
- Aesthetika, N. M., Febriana, P., Choiriyah, I. U., Safitri, R., & Bakta, N. A. (2023). Sustainable Branding for Local Products: Empowering Rural Economic Development. *Indonesian Journal of Cultural and Community Development*, 14(2). <https://doi.org/10.21070/ijccd.v14i2.961>
- Albaladejo-García, J. A., Martínez-García, G., & Martínez-Paz, J. M. (2024). Territorial Brands for Rural Development Strategies in Protected Natural Spaces: A Social Demand Analysis. *Land*, 14(1), 39. <https://doi.org/10.3390/land14010039>
- Anuar, A. R., & Raharjo, S. N. I. (2022). Indonesia-Malaysia Cross-Border Governance During the Covid-19 Pandemic. *Journal of International Studies*, 18. <https://doi.org/10.32890/jis2022.18.4>
- Arifin, B., Wicaksono, E., Tenrini, R. H., Wardhana, I. W., Setiawan, H., Damayanty, S. A., Solikin, A., Suhendra, M., Saputra, A. H., Ariutama, G. A., Djunedi, P., Rahman, A. B., & Handoko, R. (2020). Village fund, village-owned-enterprises, and employment: Evidence from Indonesia. *Journal of Rural Studies*, 79, 382–394. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2020.08.052>
- Aziiza, A. A., & Susanto, T. D. (2020). The Smart Village Model for Rural Area (Case Study: Banyuwangi Regency). *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 722(1). <https://doi.org/10.1088/1757-899X/722/1/012011>
- Azizah, N., & Kriswibowo, A. (2020). One Village One Brand for Sustainable Rural Economic Development: A Three Stream Perspective. *Jurnal Wilayah Dan Lingkungan*, 8(1), 96–105. <https://doi.org/10.14710/jwl.8.1.96-105>
- Peraturan Daerah Kabupaten Sanggau Nomor 10 Tahun 2014 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten Sanggau

- Tahun 2014-2034, (2014).
- Bariyah, N., & Octavian, R. (2019). Regional Disparity in West Kalimantan. *Proceedings of the 20th Malaysia Indonesia International Conference on Economics, Management and Accounting*, 260–269. <https://doi.org/10.5220/0009854800002900>
- Budziewicz-Guźlecka, A., & Drożdż, W. (2022). Development and Implementation of the Smart Village Concept as a Challenge for the Modern Power Industry on the Example of Poland. *Energies*, 15(2), 1–11. <https://doi.org/10.3390/en15020603>
- Casula, M., Rangarajan, N., & Shields, P. (2021). The Potential of Working Hypotheses for Deductive Exploratory Research. *Quality & Quantity*, 55(5), 1703–1725. <https://doi.org/10.1007/s11135-020-01072-9>
- Cattaneo, A., Adukia, A., Brown, D. L., Christiaensen, L., Evans, D. K., Haakenstad, A., McMenemy, T., Partridge, M., Vaz, S., & Weiss, D. J. (2022). Economic and social development along the urban–rural continuum: New opportunities to inform policy. *World Development*, 157, 105941. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2022.105941>
- Eno, D. (2024). *Tidak Ada Desa Tertinggal di Sanggau*. Suara Kalbar. <http://suarakalbar.co.id>
- Etikan, I. (2016). Comparison of Convenience Sampling and Purposive Sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.11648/j.ajtas.20160501.11>
- European Commission. (2018). Smart Villages: “Revitalising rural services through social and digital innovation.” In *European Network for Rural Development (ENRD)*.
- Febrianto, R. (2025). Pengaruh digitalisasi terhadap produktivitas dan adaptasi tenaga kerja di Indonesia. *Kohesi: Jurnal Sains Dan Teknologi*, 8(2), 21–30. <https://doi.org/10.2238/8y5foc29>
- Fernández, C. G., & Peek, D. (2023). Connecting the Smart Village: A Switch towards Smart and Sustainable Rural-Urban Linkages in Spain. *Land*, 12(4). <https://doi.org/10.3390/land12040822>
- Fife, S. T., & Gossner, J. D. (2024). Deductive Qualitative Analysis: Evaluating, Expanding, and Refining Theory. *International Journal of Qualitative Methods*, 23. <https://doi.org/10.1177/16094069241244856>
- Gao, J., Siddik, A. B., Khawar Abbas, S., Hamayun, M., Masukujaman, M., & Alam, S. S. (2023). Impact of E-Commerce and Digital Marketing Adoption on the Financial and Sustainability Performance of MSMEs during the COVID-19 Pandemic: An Empirical Study. *Sustainability*, 15(2), 1594. <https://doi.org/10.3390/su15021594>
- Gerli, P., Navio Marco, J., & Whalley, J. (2022). What makes a smart village smart? A review of the literature. *Transforming Government: People, Process and Policy*, 16(3), 292–304. <https://doi.org/10.1108/TG-07-2021-0126>
- Giffinger, R., Fertner, C., Kramar, H., & Meijers, E. (2007). Smart cities Ranking of European medium-sized cities. In *Centre of Regional Science (SRF), Vienna UT (Issue October)*.
- Hesthria, N., Rosyada, & Jayanti, S. D. (2024). KONSEP SMART ECONOMY DALAM SUDUT PANDANG EKONOMI ISLAM. *Journal of Economics and Development*, 1(2), 11–27. <https://doi.org/10.70656/jend.v1i2.152>
- Hoffmann, A., & Giovannini, E. (2008). *Handbook on Constructing Composite Indicators: Methodology and User Guide*. OECD Publishing/European Commission Joint Research Centre (JRC). <https://doi.org/10.1787/9789264043466-en>
- Howaniec, H., & Lis, M. (2020). Euroregions and Local and Regional Development—Local Perceptions of Cross-Border Cooperation and Euroregions Based on the Euroregion Beskydy. *Sustainability*, 12(18), 7834. <https://doi.org/10.3390/su12187834>
- Husna, I. N. (2023). The Role of Non-Agricultural Rural Activities in the Transformation of Rural Areas in Kediri Regency. *The Indonesian Journal of Planning and Development*, 8(2), 54–62. <https://doi.org/10.14710/ijpd.8.2.54-62>
- Indrawati, Azkalhaq, N., & Amani, H. (2018). Indicators to Measure Smart Economy. *Proceedings of the 2nd International Conference on Business and Information Management*, 173–179. <https://doi.org/10.1145/3278252.3278278>
- Jayanthi, R., Dinaseviani, A., Indraprahasta, G. S., & Sitompul, R. F. (2022). Digital technology and smart village development in Banyuwangi, Indonesia: an exploratory study. *Bulletin of Geography. Socio-Economic Series*, 57(57), 79–91. <https://doi.org/10.12775/bgss-2022-0024>
- Jezic, Z., Górecka, A., & Kardum, B. (2022). Smart Villaged and Rural Development. *Acta Scientiarum Polonorum. Oeconomia*, 20(2), 39–46. <https://doi.org/10.22630/ASPE.2021.20.2.14>
- Joshi, A., Kale, S., Chandel, S., & Pal, D. (2015). Likert Scale: Explored and Explained. *British Journal of Applied Science & Technology*, 7(4), 396–403. <https://doi.org/10.9734/BJAST/2015/14975>
- Junaidi, A., Othman, M. S. Bin, Mohd Hashim, S. Z., Mohamad, M. M., Danial Kesa, D., & Nurfikri, A. (2025). Smart villages: a systematic review of trends, models, and metrics. *Cogent Social Sciences*, 11(1), 2492833. <https://doi.org/10.1080/23311886.2025.2492833>
- Kamaludin, A. S., & Qibthiyyah, R. M. (2022). Village Road Quality and Accessibility on Transforming Rural Development. *AGRARIS: Journal of Agribusiness and Rural Development Research*, 8(2), 160–180. <https://doi.org/10.18196/agraris.v8i2.13618>
- Kania, I., Anggadwita, G., & Alamanda, D. T. (2021). A new approach to stimulate rural entrepreneurship through village-

- owned enterprises in Indonesia. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 15(3), 432–450. <https://doi.org/10.1108/JEC-07-2020-0137>
- Keputusan Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi Republik Indonesia Nomor 55 Tahun 2024 tentang Panduan Umum Pengembangan Desa Cerdas, Pub. L. No. 55 Tahun 2024 (2024). <https://paralegal.id/peraturan/keputusan-menteri-des-pembangunan-daerah-tertinggal-dan-transmigrasi-nomor-55-tahun-2024/>
- Khoeriyah, S., Rustiadi, E., Pravitasari, A. E., & Sjaf, S. (2026). Socio-Techniques of Rural Transformation and Smart Village for Sustainable Development: A Bibliometric Approach. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 21(3), 1191–1203. <https://doi.org/10.18280/ijdsdp.210319>
- Kim, H., Sefcik, J. S., & Bradway, C. (2017). Characteristics of Qualitative Descriptive Studies: A Systematic Review. *Research in Nursing & Health*, 40(1), 23–42. <https://doi.org/10.1002/nur.21768>
- Komorowski, Ł., & Stanny, M. (2020). Smart villages: Where can they happen? *Land*, 9(5). <https://doi.org/10.3390/LAND9050151>
- Kusmulyono, M. S., Dhewanto, W., & Hariadi, M. F. (2023). Determinant Factors of Village-Owned Enterprise Best Practice in Indonesia. *AGRARI: Journal of Agribusiness and Rural Development Research*, 9(1), 15–29. <https://doi.org/10.18196/agraris.v9i1.104>
- Lindawaty, D. S. (2023). Pembangunan Desa Pasca Undang-Undang No. 6 Tahun 2014 tentang Desa. *Jurnal Politica Dinamika Masalah Politik Dalam Negeri Dan Hubungan Internasional*, 14(1), 1–21. <https://doi.org/10.22212/jp.v14i1.4120>
- Maja, P. W., Meyer, J., & von Solms, S. (2022). Smart Rural Village's Healthcare and Energy Indicators—Twin Enablers to Smart Rural Life. *Sustainability*, 14(19). <https://doi.org/10.3390/su141912466>
- Manurung, M. L., & Candraningrat. (2024). Strategi Pemasaran Produk Lokal Dalam Meningkatkan Daya Saing Di Pasar Global Di Luwu Timur. *GJMI: Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 2(12). <https://doi.org/https://doi.org/10.59435/gjmi.v2i12.1205>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (Third Edit). SAGE Publications Ltd (CA).
- Muhtar, E. A., Abdillah, A., Widianingsih, I., & Adikancana, Q. M. (2023). Smart villages, rural development and community vulnerability in Indonesia: A bibliometric analysis. *Cogent Social Sciences*, 9(1). <https://doi.org/10.1080/23311886.2023.2219118>
- Muslimin, Z., Zainuddin, Z. M., & Saputra, M. K. (2022). Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan pada Usaha UMKM Sederhana. *Sultra Journal of Economic and Business*, 3(2), 132–149. <https://doi.org/10.54297/sjeb.Vol3.Iss2.338>
- Muta'ali, L. (2013). *Pengembangan Wilayah Perdesaan*. Badan Penerbit Fakultas Geografi (BPFG) Universitas Gadjah Mada.
- Nassaji, H. (2015). Qualitative and Descriptive Research: Data Type Versus Data Analysis. *Language Teaching Research*, 19(2), 129–132. <https://doi.org/10.1177/1362168815572747>
- PemKab Sanggau. (2024). *Rekapitulasi Indeks Desa Membangun (IDM) Tahun 2024*. Satu Data Sanggau. <https://data.sanggau.go.id/dataset/rekapitulasi-indeks-des-mambangun-idm-tahun-2024>
- Pratiwi, N. N., Yuniarti, E., & Maharani, S. A. (2024). Analisis Smart Community dalam Memndukung Pembangunan Desa Mandiri Kabupaten Mmempawah. *Tata Kota Dan Daerah*, 16(2), 141–154. <https://doi.org/10.21776/ub.takoda.2024.016.02.3>
- Premana, A., Sucipto, H., & Widianoro, A. (2022). Pengembangan Desa Berbasis Smart Village (Studi Smart Governance pada Pelayanan Prima Desa Tegalreja). *JILPI: Jurnal Ilmiah ...*, 1(1), 43–54. <https://journal.insankreasimedia.ac.id/index.php/JILPI>
- Putri, A. K. F., Syarifudin, D., & Lisanti, M. (2022). Kajian Potensi Ekonomi Desa Menuju Desa Mandiri. *Moderat : Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 8(1), 102–115. <https://doi.org/10.25157/moderat.v8i1.2597>
- Qin, Q., Guo, H., Shi, X., & Chen, K. (2023). Rural E-commerce and County Economic Development in China. *China & World Economy*, 31(5), 26–60. <https://doi.org/10.1111/cwe.12501>
- Rizki. (2024). Bertambah 202 Desa, Tahun 2024 Jumlah Desa Mandiri di Kalbar menjadi 1079. Dinas Komunikasi Dan Informatika Kalbar. <https://diskominfo.kalbarprov.go.id/>
- Sharabati, A.-A. A., Ali, A. A. A., Allahham, M. I., Hussein, A. A., Alheet, A. F., & Mohammad, A. S. (2024). The Impact of Digital Marketing on the Performance of SMEs: An Analytical Study in Light of Modern Digital Transformations. *Sustainability*, 16(19), 8667. <https://doi.org/10.3390/su16198667>
- Siagian, H., & Johono, D. F. (2022). Impact of Supply Chain Integration, Supply Chain Responsiveness, and Innovation Capability on Operational Performance in Era Covid-19. *Petra International Journal of Business Studies*, 5(1), 30–43. <https://doi.org/10.9744/ijbs.5.1.30-43>

- Sobczak-Malitka, W., & Drejerska, N. (2024). Integrating Short Supply Chains and Smart Village Initiatives: Strategies for Sustainable Rural Development. *Sustainability*, 16(23), 10529. <https://doi.org/10.3390/su162310529>
- Sulistiyowati, F., Tyas, H. S., Dibyorini, M. C. C. R., & Puspitasari, C. (2021). Pemanfaatan Sistem Informasi Desa (SID) untuk Mewujudkan Smart Village di Kalurahan Panggungharjo, Sewon, Bantul, DI Yogyakarta. *Jurnal IPTEK-KOM (Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Komunikasi)*, 23(1), 213–226.
- Suprpti, Nugroho, R. A., & Prakoso, S. G. (2025). Publik (Jurnal Ilmu Adminsitasi Contributing Factors of Smart Village Implementation in Rural Area: A Systematic Literature Review. *Publik (Jurnal Ilmu Administrasi)*, 14(1), 77–95. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.31314/pjia.14.1.77-95.2025>
- Susilowati, A. P. E., Rachmawati, R., & Rijanta, R. (2024). Analysis of Smart Village Development in Supporting Smart City in Indonesia: A Systematic Review. *Forum Geografi*, 38(3), 358–378. <https://doi.org/10.23917/forgeo.v38i3.4790>
- Susilowati, A. P. E., Rachmawati, R., & Rijanta, R. (2025). Smart village concept in Indonesia: ICT as determining factor. *Heliyon*, 11(1), e41657. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2025.e41657>
- Tosida, E. T., Herdiyeni, Y., Marimin, M., & Suprehati, S. (2022). Investigating the effect of technology-based village development towards smart economy: An application of variance-based structural equation modeling. *International Journal of Data and Network Science*, 6(3), 787–804. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.3.002>
- UN-Habitat. (2020). *From Smart City to Smart Village: Strengthening Urban-Rural Linkages through Smart Approaches*.
- Visvizi, A., & Lytras, M. D. (2020). Sustainable smart cities and smart villages research: Rethinking security, safety, well-being, and happiness. *Sustainability (Switzerland)*, 12(1), 10–13. <https://doi.org/10.3390/su12010215>
- Warsono, H., Muhamad, J. A., Fitrianto, M. R., Yusuf, I. M., Astuti, R. S., & Priyadi, B. P. (2025). Analysis of Village Development Policy and Village Community Empowerment in Indonesia. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 1537(1), 012032. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/1537/1/012032>
- Wijaya, O. Y. A. (2023). The role of supply chain management in entrepreneurial activities and product innovation on SMEs performance. *Uncertain Supply Chain Management*, 11(2), 443–450. <https://doi.org/10.5267/j.uscm.2023.3.005>
- Zavratnik, V., Kos, A., & Stojmenova Duh, E. (2018). *Smart Villages: Comprehensive Review of Initiatives and Practices*. <https://doi.org/10.20944/preprints201807.0115.v1>
- Zavratnik, V., Podjed, D., Trilar, J., Hlebec, N., Kos, A., & Stojmenova Duh, E. (2020). Sustainable and Community-Centred Development of Smart Cities and Villages. *Sustainability*, 12(10), 3961. <https://doi.org/10.3390/su12103961>
- Zhang, X., & Zhang, Z. (2020). How Do Smart Villages Become a Way to Achieve Sustainable Development in Rural Areas? Smart Village Planning and Practices in China. *Sustainability (Switzerland)*, 12(24), 1–20. <https://doi.org/10.3390/su122410510>
- Zhang, Y., Liu, S., & Baldi, G. (2024). Place branding as rural development policy in China: the case of Guangshan county. *Digital Policy, Regulation and Governance*, 26(4), 420–434. <https://doi.org/10.1108/DPRG-02-2023-0032>
- Zhang, Y., Long, H., Ma, L., Tu, S., Li, Y., & Ge, D. (2022). Analysis of rural economic restructuring driven by e-commerce based on the space of flows: The case of Xiaying village in central China. *Journal of Rural Studies*, 93, 196–209. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2018.12.001>