

## PKM Pengembangan Desa Ekonomi Digital melalui Pendampingan Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) dalam Sertifikasi, Komersialisasi, dan Digitalisasi Produk Lokal Desa Clarak Kabupaten Probolinggo

M. Noer Fadli Hidayat<sup>1</sup>, Achmad Febrianto<sup>2</sup>, Abdillah Mundir<sup>3</sup>,  
Ahmad Ibnu Akil<sup>4</sup>, Chairun Nisa<sup>5</sup>, Lina Amelia<sup>6</sup>,  
Rizqi Alif Yanuar<sup>7</sup>, Uyun Nabila<sup>8</sup>

Universitas Nurul Jadid, Probolinggo, Indonesia <sup>1,2,4,5,6,7</sup>

Universitas Yudharta, Pasuruan, Indonesia <sup>3,8</sup>

{[fadli@unuja.ac.id](mailto:fadli@unuja.ac.id)<sup>1</sup>, [febrismpnj@gmail.com](mailto:febrismpnj@gmail.com)<sup>2,4,5,6,7</sup>, [abdillahmundir@yudharta.ac.id](mailto:abdillahmundir@yudharta.ac.id)}<sup>3,8</sup>

---

Submission: 2023-10-05 Received: 2023-12-03 Published: 2023-12-14

---

**Keywords:** digital  
economy,  
certification  
of products,  
e-commerce

**Abstract:** *This Community Partnership Program was motivated by the people of Clarak Village who have not been able to increase the potential of their village to the maximum, while this village had great potential to become an independent digital economy village. Geographically, the construction of the Probolinggo-Banyuwangi (Probowangi) toll road makes Clarak Village a strategic village in developing MSMEs because it is directly adjacent to the toll road route. The aim of this PKM was to connect local community products/businesses with MSMEs by providing assistance with trademark services, digital marketing (e-commerce), and halal product certification. This community partnership program will be implemented from July to September 2023 in Clarak Village, Leces District, Probolinggo Regency. This program was carried out in several stages, namely the identification stage, the empowerment stage, and the final stage, an evaluation. The parties involved in this activity include: (a) BUMDES administrators and residents of Clarak Village. (b) Lecturer and coincidentally also the head of the Halal Center at Nurul Jadid University. Third, from economics, it functions in assisting trademark certification. (c) The student team involved in this partnership program also comes from study programs from the Informatics Engineering, Sharia Economics and Sharia Banking study programs. (d) Head of Clarak Village (e) Resource persons such as the Head of the Halal Center, Head of the IPR Center, as well as the UNUJA Store Coordinator, Probolinggo Regency Cooperative and MSME Service. The results of this PKM were the registration of the Cafe Nyantol trademark as a local business managed by Clarak, the registration of the copyright for one of the batik motifs of local Clarak businesses, the formation of the Clarak Store e-commerce, the registration of one of the ice cream products with the MUI Fatwa Commission, as well as several business products other. The expected outcome of this PKM was the formation of awareness and knowledge of local business actors, MSMEs and BUMDES in Clarak Village to digitalize all their products until Clarak is formed as a Digital Economic Village.*

---

**Katakunci:** ekonomi digital, sertifikasi produk, e-commerce

**Abstrak.** Program Kemitraan Masyarakat ini dilatarbelakangi oleh masyarakat Desa Clarak yang belum mampu meningkatkan potensi desanya secara maksimal, sementara desa ini memiliki potensi besar menjadi desa mandiri ekonomi digital. Secara geografis, pembangunan jalan tol Probolinggo-Banyuwangi (Probowangi) menjadikan Desa Clarak sebagai desa yang strategis dalam pengembangan UMKM karena berbatasan langsung dengan jalur jalan tol. Tujuan dari PKM ini adalah menghubungkan produk/usaha lokal masyarakat dengan UMKM dengan memberikan pendampingan layanan merek dagang, pemasaran digital (e-commerce), dan sertifikasi produk halal. Program kemitraan masyarakat ini dilaksanakan sejak bulan Juli sampai dengan September 2023 di Desa Clarak Kecamatan Leces Kabupaten Probolinggo. Program ini dilakukan beberapa tahap, yakni Tahap identifikasi, tahap pemberdayaan, dan tahap akhir, evaluasi. Pihak-Pihak yang terlibat dalam kegiatan ini antara lain: (a) pengurus BUMDES dan warga Desa Clarak. (b) Dosen dan secara kebetulan juga merupakan ketua Halal Center Universitas Nurul Jadid. Ketiga, dari ekonomi, berfungsi dalam pendampingan sertifikasi merek dagang. (c) Tim mahasiswa yang terlibat dalam program kemitraan ini juga berasal dari program studi dari Prodi Teknik Informatika, Ekonomi Syariah, dan Perbankan Syariah. (d) Kepala Desa Clarak (e) Narasumber seperti Kepala Halal Center, Ketua Sentra HKI, serta Koordinator UNUJA Store, pihak Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Probolinggo. Hasil dari PKM ini adalah terdaftarnya merek dagang Cafe Nyantol sebagai usaha lokal binaan clarak, terdaftarnya hak cipta salah satu motif batik pelaku usaha lokal clarak, terbentuknya e-commerce clarak store, terdaftarnya salah satu produk es krim ke komisi Fatwa MUI, serta beberapa produk usaha lainnya. Outcome yang diharapkan di PKM ini adalah terbentuknya kesadaran dan pengetahuan pelaku usaha lokal, UMKM, dan BumDes desa Clarak untuk mendigitalisasi seluruh produknya hingga terbentuk Clarak sebagai Desa Ekonomi Digital.

---

## 1 Pendahuluan

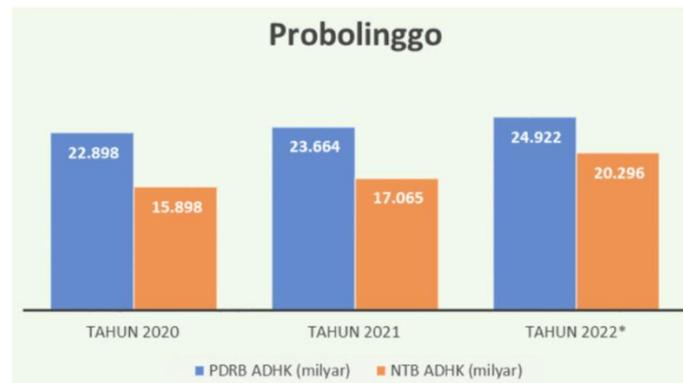
Sebagai bentuk kepedulian terhadap perekonomian desa, perguruan tinggi dituntut untuk mampu menghubungkan usaha masyarakat dengan BUMDES. Tujuannya adalah menciptakan peluang dan jaringan pasar yang mendukung kebutuhan layanan umum warga, membuka lapangan pekerjaan, serta memastikan seluruh produk desa dengan standar komersialisasi pada umumnya. Ada *missing link* antara usaha mikro masyarakat dengan BUMDES sebagai badan usaha desa (Albab & Munandar, 2020). Di sisi lain, kebijakan pemerintah Indonesia untuk mempercepat pertumbuhan ekonomi digital menuntut BUMDES dan para pelaku UMKM untuk dapat bertransformasi ke arah digitalisasi ekonomi desa melalui pengembangan kewirausahaan digital (*digital entrepreneurship*)

perkembangan teknologi informasi memungkinkan BUMDES dan UMKM terlibat dalam pemasaran digital (Fuadi et al., 2021; Mavilinda et al., 2021).

Sayangnya, terdapat setidaknya dua persoalan mendasar yang dialami oleh BUMDES dan pelaku UMKM. Pertama, keterbatasan kemampuan BUMDES dan UMKM dalam menggunakan teknologi serta kurangnya edukasi dan pemahaman literasi digital disinyalir menjadi hambatan dalam pengembangan digital entrepreneurship (Arrizal & Sofyantoro, 2020). Kedua, kurangnya pengetahuan dan pemahaman pelaku UMKM terhadap model pengembangan pemasaran melalui media sosial, sistem pembukuan keuangan dan hak kekayaan intelektual. Faktor inilah yang menjadi salah satu alasan mengapa BUMDES dan pelaku UMKM pada umumnya tidak terlalu berkembang di pedesaan (Maharani et al., 2022).

Menurut data dari Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia menyebutkan bahwa Peran UMKM sangat besar untuk pertumbuhan perekonomian Indonesia, dengan jumlahnya mencapai 99% dari keseluruhan unit usaha. Kontribusi UMKM terhadap PDB juga mencapai 60,5%, dan terhadap penyerapan tenaga kerja adalah 96,9% dari total penyerapan tenaga kerja nasional. Jumlah kontribusi ekspor UMKM di Indonesia naik dari 14,37% di tahun 2020 menjadi 15,69% di tahun 2021 (Limanseto, 2022). Sementara itu, menurut hasil penelitian United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) dalam laporannya, ASEAN Investment Report 2022 yang diterbitkan Oktober 2022 menyebutkan, pelaku UMKM di Indonesia tercatat sebanyak 65,46 juta pelaku UMKM, berkontribusi sebesar 60,3 persen terhadap PDB dan mampu menyerap 97 persen tenaga kerja di Indonesia (Hidranto, 2022).

Dalam Laporan Perhitungan Nilai Tambah Bruto UMKM Jawa Timur disebutkan bahwa di tahun 2022 jumlah UMKM di Kabupaten Probolinggo mencapai 630.701 unit dimana UMKM pertanian sebanyak 208.992 unit sedangkan UMKM non pertanian sebanyak 406.311unit. Keberadaan UMKM di Kabupaten Probolinggo memiliki kontribusi besar terhadap perkembangan perekonomian masyarakat Jawa Timur (Dinas Koperasi, 2022). Hal ini dibuktikan dengan kontribusi Nilai Tambah K-UMKM yang terus meningkat, sebesar 23,664 M terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Provinsi Jawa Timur di tahun 2022 meningkat di tahun 2022 menjadi 24,922. Berikut grafik perkembangan Nilai Tambah Bruto UMKM di Kabupaten Probolinggo pada tahun 2020-2022.



Dari seluruh UMKM yang ada di Kabupaten Probolinggo, Kecamatan Leces menjadi kecamatan yang memiliki UMKM terbanyak ke tiga di bawah Kecamatan Paiton dan Kecamatan Kraksaan dan terus berkembang. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Kabupaten Probolinggo jumlah UMKM Kecamatan Leces terus mengalami peningkatan dari 4.494 unit UMKM di tahun 2021 meningkat menjadi 4.669 unit di tahun 2022 yang tersebar di 10 desa, salah satunya adalah Desa Clarak (Herfian et al., 2021). Berikut data 10 kecamatan di Kabupaten Probolinggo yang memiliki jumlah UMKM terbanyak tahun 2020-2022:

Tabel. Jumlah UMKM terbanyak di 10 Kecamatan, Kabupaten Probolinggo

No	Kecamatan	Jumlah UMKM		
		2020	2021	2022
1	Kraksaan	5592	5335	5335
2	Paiton	5298	5041	5041
3	Leces	4690	4494	4669
4	Maron	4393	4329	4329
5	Tongas	4107	3948	3948
6	Bantaran	3893	3787	3787
7	Tiris	3408	3739	3739
8	Besuk	3805	3706	3706
9	Sumberasih	3709	3558	3558
10	Dringu	3290	3161	3201

Desa Clarak merupakan salah satu desa percontohan pengembangan UMKM di Kabupaten Probolinggo, dengan luas wilayah mencapai ± 264 KM<sup>2</sup> dan memiliki jumlah penduduk sebanyak 6.332 jiwa. Secara geografis, pembangunan jalan tol Probolinggo-Banyuwangi (Probowangi) menjadikan

Desa Clarak sebagai desa yang strategis dalam pengembangan UMKM karena berbatasan langsung dengan jalur jalan tol (BPS Kab. Probolinggo, 2022). Melihat potensi tersebut, di tahun 2022 pemerintah Desa Clarak mendirikan Café Nyantol (Nyantai Pinggir Tol) di sekitar jalan tol dan terdapat pula produksi batik M'Ayu sebagai salah satu produk unggulan (lihat Gambar 1 dan Gambar 2) yang menjadi bagian dari usaha memberdayakan ekonomi masyarakat diantaranya melalui pemasaran produk-produk UMKM. Di antara sekian banyak produk UMKM yang dihasilkan masyarakat Desa Leces, salah satu produk makanan dan minuman yang saat ini memiliki potensi sebagai produk unggulan adalah minuman pokak dan bawang merah, sesuai dengan kondisi pertanian Desa Clarak sebagai penghasil bawang merah dan rempah-rempah seperti serai, jahe, kunyit dan lain-lain.



**Gambar 1.** Café Nyantol Binaan Bumdes Clarak pada Siang Hari (Sumber: Radar Bromo)



**Gambar 2.** Produk batik UMKM Clarak M'ayu Batik (Sumber: Pribadi M'Ayu Batik)

Namun dari berbagai potensi tersebut, baik dari sisi sumber daya pengelola maupun produk masih memiliki beberapa kendala diantaranya; 1) Literasi digital dan pemasaran produk yang dimiliki pengelola UMKM masih rendah khususnya dalam transaksi digital, pemasaran juga masih dilakukan secara konvensional dengan jejaring terbatas; 2) Legalitas dan sertifikasi belum dilakukan secara optimal, masih banyak produk UMKM yang belum memiliki sertifikasi halal khususnya produk makanan dan minuman, dan belum ada produk UMKM yang memiliki Merk Dagang sebagai legalitas produk (Hidranto, 2022). Hal ini menjadi sangat urgen untuk segera dilakukan perbaikan mengingat target pemerintah untuk UMKM di tahun 2024 adalah 30 juta UMKM go digital sistem kluster atau sentra, karena

hasil akhir yang diharapkan tidak hanya mereka masuk platform digital, namun juga akan berhasil menjadi pemain global dan berorientasi ekspor.

Melihat berbagai potensi dan permasalahan sebagaimana uraian di atas, sesuai arah pengembangan UMKM Desa Clarak agar memiliki daya saing global dan berorientasi ekspor, dibutuhkan dukungan para stakeholders untuk meningkatkan kualitas SDM pengelola, mutu produk melalui legalitas dan sertifikasi, perluasan pemasaran basis digital secara global. Salah satu upaya yang sangat mungkin dilakukan dalam menghubungkan produk/usaha lokal masyarakat dengan UMKM adalah memberikan pendampingan layanan merek dagang, pemasaran digital (e-commerce), dan sertifikasi produk halal. Merek penting dimiliki oleh UMKM sebagai legalitas dan kepastian hukum terkait merek usaha yang mereka jalankan sehingga mampu mengangkat ke daya saing internasional. Sertifikasi produk halal juga sangat signifikan untuk meyakinkan para konsumen yang khususnya masyarakat Muslim nasional dan dunia terkait kehalalan produk. E-commerce sangat penting dalam mendorong promosi produk desa, efisiensi pembiayaan, dan layanan distribusi maksimal.

Sudah ada beberapa penelitian terdahul dengan kajian serupa mengenai Pengembangan Desa melalui BUMDES. Seperti penelitian dari Putri Nugrahaningsih et al (2021) yang menyatakan bahwa pelaksanaan pemberdayaan masyarakat yang dilaksanakan mengalami beberapa kendala dalam hal produksi dikarenakan adanya keterbatasan modal mesin produksi dan saluran pemasaran produk yang belum menggunakan media digital. Oleh karena itu, tim pengabdian memberikan bantuan modal aset tetap berupa mesin potong kain untuk memperbanyak produksi masker. Langkah selanjutnya, tim pengabdian melakukan pendampingan berupa kegiatan literasi tentang informasi digital melalui pelatihan pemasaran digital dengan media sosial dan desain produk masker di masa pandemi sebagai langkah memupuk jiwa kewirausahaan. Setelah pelatihan, peserta diharapkan siap beraksi menerapkan jiwa wirausaha. Selanjutnya Nur Ainiyah et al (2020) juga menjelaskan dalam penelitiannya bahwa tahapan kegiatan pemberdayaan BUMDES dilakukan dengan tahap persiapan, tahap pemecahan masalah, tahap pelaksanaan (pelatihan dan pendampingan dalam rangka optimalisasi potensi desa, pemberian materi motivasi, pengelolaan BUMDes serta pemetaan potensi desa) dan tahap monitoring dan evaluasi. Sementara penelitian dari Nursyamsu dan Kurniadi, (2020)

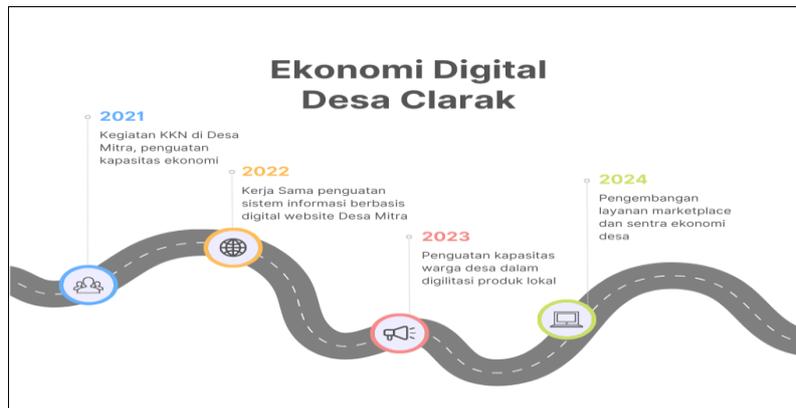
menerangkan dalam penelitiannya bahwa pemberdayaan masyarakat melalui peningkatan pengelolaan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes), sehingga pengelola BUMDes memiliki kemampuan dalam menjalankan program yang tepat sasaran agar bisa dipertanggungjawabkan sesuai dengan aturan yang berlaku.

Temuan beberapa penelitian di atas merupakan sedikit dari sejumlah penelitian yang relevan dengan penelitian ini. Berbeda dengan beberapa penelitian tersebut, konsep penelitian ini memadukan pemberdayaan BUMDES yang dimiliki Masyarakat Desa dengan unsur legalitas produk dan merek dagangnya secara sertifikasi. Tidak hanya itu, penelitian ini juga mendorong Masyarakat Desa UMKM untuk mempromosikan produk dan dagangannya secara digital demi mendinamisasi para era digitalisasi saat ini. sehingga tujuan penelitian ini ialah menjelaskan Pengembangan Desa Ekonomi Digital melalui Pendampingan Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) dalam Sertifikasi, Komersialisasi, dan Digitalisasi Produk Lokal Desa Clarak Kabupaten Probolinggo.

## **2 Metode**

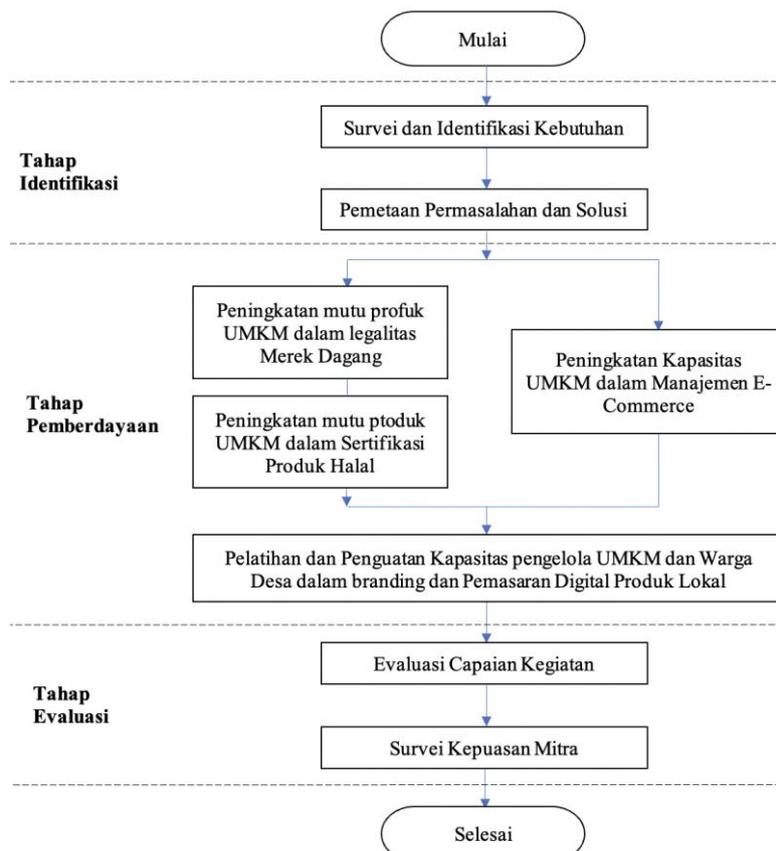
Program kemitraan masyarakat ini dilaksanakan sejak bulan Juli sampai dengan September 2023 di Desa Clarak Kecamatan Leces Kabupaten Probolinggo. Sebagai salah satu desa mitra UNUJA, Desa Clarak bersama UNUJA telah merancang peta jalan (Roadmap) kelompok keahlian “Ekonomi Digital” (Gambar 3). Fokus dan arah pengabdian 2023 adalah pengembangan desa ekonomi digital di wilayah mitra, pemberdayaan masyarakat melek teknologi digital, dan peningkatan kapasitas dalam sertifikasi produk. Hal tersebut sesuai dengan permasalahan yang dihadapi mitra saat ini, di mana ada dua aspek besar yang diangkat sebagai masalah di mitra pengabdian. Aspek pertama terkait peningkatan kapasitas BUMDES dalam sertifikasi produk lokal dan manajemen pemasaran digital.

**Gambar 3.** Roadmap Desa Ekonomi Digital di Desa Mitra Universitas Nurul Jadid



Secara umum, prosedur kerja yang dilakukan untuk mencapai realisasi luaran yang dihasilkan, ditampilkan dalam Gambar 4.

**Gambar 4.** Prosedur Kerja Kegiatan Pemberdayaan UMKM Desa Clarak



Pada tahap identifikasi, dilakukan survei dan identifikasi kebutuhan mitra. Survei dilaksanakan secara langsung di lapangan untuk melihat permasalahan yang ada. Setelah itu, masalah dipetakan untuk kemudian diberikan beberapa alternatif solusi atas permasalahan yang ada. Pada tahap pemberdayaan, tim dosen dan mahasiswa, bersama mitra bersama-sama melaksanakan beberapa program yang telah disepakati untuk mengatasi permasalahan yang ada. Pada tahap akhir, evaluasi capaian dilakukan untuk mengukur sejauh mana efektivitas program pemberdayaan berjalan.

Pihak-Pihak yang terlibat dalam kegiatan ini antara lain: (a) Mitra. Mitra yang terlibat dalam kegiatan peningkatan kapasitas ekonomi digital ini adalah pengurus BUMDES dan warga Desa Clarak Kecamatan Leces Kabupaten Probolinggo. Desa ini memiliki salah satu potensi demografis dari aspek produk lokal, lokasi strategis di sepanjang jalan tol, dan sinyal yang cukup baik. (b) Dosen. Dosen yang terlibat dalam peningkatan kapasitas ekonomi digital ini berasal dari Universitas Nurul Jadid dari rumpun ilmu berbeda. Pertama, dari teknologi informasi, berfungsi dalam pendampingan perancangan e-commerce untuk komersialisasi produk. Kedua, dari ekonomi syariah, berfungsi dalam pendampingan sertifikasi produk halal, karena secara kebetulan juga merupakan ketua Halal Center Universitas Nurul Jadid. Ketiga, dari ekonomi, berfungsi dalam pendampingan sertifikasi merek dagang. (c) Mahasiswa. Tim mahasiswa berperan dalam membantu pelaksanaan program-program yang dilaksanakan oleh tim dosen. Mahasiswa yang terlibat dalam program kemitrana ini juga berasal dari program studi berbeda, yakni dari Prodi Teknik Informatika, Ekonomi Syariah, dan Perbankan Syariah, agar memenuhi kebutuhan sasaran program. (d) Kepala Desa. Kepala Desa Clarak berperan dalam membantu pihak kampus Universitas Nurul Jadid untuk menghubungkan mitra kegiatan pengabdian. Diketahui sejak tahun 2020 Desa Clarak juga telah menjalin kerja sama dengan Lembaga Penerbitan, Penelitian, dan Pengabdian kepada Masyarakat (LP3M) Universitas Nurul Jadid. (e) Narasumber (Praktisi/Pakar). Narasumber merupakan pihak yang ahli dalam satu bidang tertentu dalam memberikan pelatihan dan pendampingan bagi mitra. Universitas Nurul Jadid sendiri juga telah memiliki SDM yang berpotensi menjadi narasumber, seperti Kepala Halal Center, Ketua Sentra HKI, serta Koordinator UNUJA

Store, selain juga melibatkan pihak pemerintah dari Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Probolinggo.

### **3 Hasil**

#### **a. Survei dan Identifikasi Masalah**

Berdasarkan hasil survey dan identifikasi kondisi mitra ditemukan bahwa jumlah UMKM yang ada di Desa Clarak berdasarkan hasil pendataan yang dilakukan oleh pemerintah desa sebanyak 51 unit UMKM yang bergerak diberbagai jenis usaha seperti; 1) usaha kuliner, 2) usaha fashion, 3) usaha agribisnis, 4) usaha internet, 5) usaha otomotif, 6) usaha dan jasa dalam bentuk lainnya. Dari sekian jenis usaha UMKM Desa Clarak yang ada saat ini masih didominasi jenis usaha kuliner sebanyak 21 unit atau 41,18%, UMKM yang bergerak dalam usaha fashion sebanyak 11 unit atau 21,57%, UMKM dengan jenis usaha agribisnis 6 unit atau mencapai 11,76%, UMKM yang menjalankan usaha penyediaan jasa internet hanya 1 unit atau 1,96%, adapun UMKM dengan usaha otomotif berjumlah 2 unit atau 3,92%, sedangkan 10 atau 19,61% UMKM yang ada memiliki berbagai jenis usaha dalam bentuk produk maupun jasa lainnya.

Dari 51 unit UMKM yang terdata oleh pemerintah Desa Clarak saat ini, tim lebih memfokuskan melakukan survey dan identifikasi kondisi UMKM yang bergerak di usaha kuliner dan fashion karena 2 jenis usaha ini yang banyak diminati oleh masyarakat Desa Clarak. Dalam kegiatan tersebut tim PkM telah melakukan observasi dan wawancara dengan pelaku UMKM sebanyak 16 unit pelaku usaha kuliner dan 7 unit pelaku usaha fashion. Hasilnya dari survey dan identifikasi menyatakan bahwa belum satupun UMKM yang memiliki legalitas merk dagang, untuk UMKM yang secara khusus bergerak di usaha kuliner juga belum ada yang memiliki sertifikat halal. Dari sisi proses produksi, berdasarkan hasil observasi yang dilakukan tim, para pelaku UMKM usaha kuliner dan fashion sebagian besar masih melakukan proses produksi secara manual dan belum didukung dengan teknologi mesin produksi yang memadai. Meski sebagian telah menggunakan bantuan mesin, namun mesin yang digunakan adalah mesin

sederhana seperti alat pelengket bungkus plastik, alat pencetak kue, mesin pemotong pisang, mesin obras/jahit, dan mesin standar lainnya.



**Gambar 5.** Survei Tim PKM di Desa Clarak bersama Para Pengurus Desa dan BUMDES Clarak

Berdasarkan hasil wawancara didapatkan kesimpulan bahwa dalam proses pemasaran, pemilik UMKM sebagian besar belum memanfaatkan media sosial (facebook, tiktok, instagram) atau platform jual beli online (shoope, tokopedia, bukalapak dan lain-lain) secara optimal. Proses pemasaran saat ini masih banyak dilakukan dengan cara menitipkan barang dagangan ke toko-toko atau warung sekitar, menunggu pesanan atau sebatas dishare di group WhatsApp saja.

Berdasarkan hasil yang didapat dari kegiatan survey dan identifikasi masalah sebagaimana telah diuraikan di atas, selanjutnya tim akan melakukan FGD bersama pemerintah desa dan beberapa pelaku UMKM untuk merumuskan dan menyusun rencana tindaklanjut kegiatan mengacu pada rencana kegiatan yang ada di proposal dan seleraskan dengan kondisi serta masalah yang dihadapi mitra.

**b. Pendampingan UMKM dalam Sertifikasi Merek Dagang, Sertifikasi Halal, dan Pengelolaan E-Commerce**

Kegiatan ini berlangsung pada akhir September 2023 sebanyak 3 hari pelatihan sertifikasi (27-29 September 2023) dengan melibatkan Kepala Desa Clarak, pengurus BUMDES Clarak, seluruh pelaku usaha Clarak, serta beberapa pengurus BUMDES dan UMKM desa lain di Kecamatan Leces dan sebagian stakeholder dari dinas. Selama tiga hari pelatihan ini ditetapkan materi berbeda untuk setiap harinya. Yakni (1) Materi Pembuatan dan Pengajuan Sertifikasi Kekayaan Intelektual, (2) Materi Pembuatan dan Pengajuan Sertifikasi Halal, dan (3) Materi Pengelolaan e-commerce. Narasumber kegiatan ini adalah pengurus Layanan Sentra HKI UNUJA dan Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Probolinggo, pengurus Halal Center UNUJA, dan pengurus UNUJA Store bersama HIPMI Kabupaten Probolinggo.



**Gambar 6.** Pelatihan Sertifikasi dan Komersialisasi Produk bagi Para Pengurus BUMDES dan Pelaku Usaha UMKM Desa Clarak

Pendampingan Sertifikasi Kekayaan Intelektual. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pendampingan berupa layanan kepada pengurus BUMDES dalam mendaftarkan HAKI dan merek dagang ke Dirjen Kemenkumham RI. Beberapa kegiatan tersebut mencakup antara lain: 1) pengenalan HAKI, merek dagang dan manfaatnya; 2) pendaftaran akun HAKI dan merek dagang di DJKI; 3) simulasi pendaftaran HAKI dan merek dagang; 4) pendaftaran NIB ke sistem perizinan berusaha melalui OSS Kementerian Investasi; pendampingan pendaftaran merek dagang ke Dinas Koperasi; 5) komersialisasi produk merek dagang. Output setelah pelaksanaan pelatihan ini, tepatnya sebanyak 4 orang pelaku usaha UMKM

Masyarakat desa, setelah terpenuhinya pengetahuan dan keterampilan UMKM, mereka mendaftarkan merek dagang dan produk dagangnya.

Pendampingan Sertifikasi Halal. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pendampingan dan pelatihan kepada pengelola UMKM dalam pendaftaran sertifikasi produk halal ke Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) Kemenag RI. Beberapa kegiatan tersebut mencakup antara lain: 1) pengenalan produk halal dan manfaatnya; 2) pendampingan persyaratan dokumen halal, termasuk dokumen sistem jaminan produk halal; 3) simulasi pendaftaran produk halal; 4) pengemasan dan komersialisasi produk. Output setelah pelatihan ini ialah terpenuhinya pengetahuan dan keterampilan UMKM dalam mendaftarkan merek dagang, serta terdaptarnya beberapa produk usaha lokal desa (4 produk) ke BPJPH Kemenag RI. Kegiatan ini melibatkan seluruh pengelola UMKM dan sebagian masyarakat sasaran. Narasumber kegiatan ini adalah pengurus Halal Center UNUJA.

Pendampingan Pengelolaan E-Commerce. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pendampingan dan pelatihan kepada pengelola UMKM dalam komersialisasi produk melalui layanan e-commerce berbasis android dan website. Beberapa kegiatan tersebut mencakup antara lain: 1) pengenalan e-commerce dan marketplace bagi komersialisasi produk; 2) pendampingan pembuatan toko di marketplace dan pengelolaan akun sosial media untuk promosi produk; 3) pelatihan pembuatan iklan dan pesan persuasif untuk promosi di e-commerce; 4) pelatihan pengambilan foto untuk produk; 5) pendampingan desain dasar untuk promosi produk dengan teknik fotografi menggunakan smartphone; dan 6) pelatihan edukasi berkelanjutan untuk peningkatan efektivitas promosi online. Output setelah pelatihan ini ialah terpenuhinya keterampilan pengelola UMKM dalam mengelola e-commerce, dan terdapatnya produk-produk sebanyak lebih dari 5 produk yang dipromosikan di layanan tersebut. Kegiatan ini melibatkan para pengelola UMKM dan sebagian masyarakat sasaran. Narasumber kegiatan ini adalah pengurus UNUJA Store dan HIPMI Kabupaten Probolinggo.

**c. Pendaftaran Kekayaan Intelektual, Halal, dan Perancangan E-Commerce**

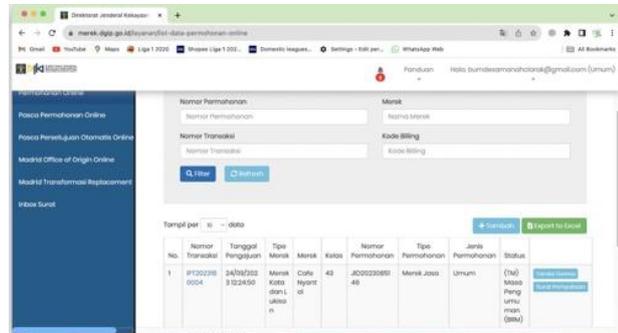
Urusan Pendaftaran HAKI, salah satu pelaku usaha UMKM Desa Clarak, seperti Ibu Elisa pelaku usaha batik, melakukan komunikasi dan koordinasi dengan pengurus Layanan Sentra HKI UNUJA dan Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Probolinggo. Salah satu upaya yang telah dilakukan adalah mendaftarkan motif batik milik Ibu Elisa ke Dirjen Kemenkumham. Dalam waktu tidak kurang dari 10 menit, proses pendaftaran berlangsung lancar dan sertifikat HAKI pertama untuk keluarga Ibu Elisa (atas nama suami) sudah rilis dengan nomor pencatatan 000521213. Ibu Elisa mengajukan motif batik Kruntil (Kembang Pelem)/Bunga Mangga untuk didaftarkan hak ciptanya. Motif batik bunga mangga dipilih karena mangga merupakan ciri khas Probolinggo sebagai salah satu penghasil buah mangga terbesar di Indonesia.



**Gambar 7.** Motif Batik “Kruntil”, salah satu produk UMKM Clarak, yang berhasil didaftarkan HAKI

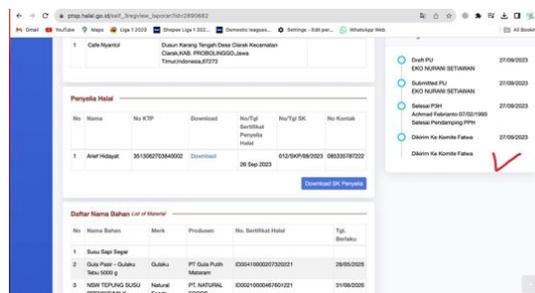
Pendaftaran Merek Dagang. Kami melakukan simulasi pendaftaran proses merek dagang Café Nyantol sebagai kafe binaan BUMDES. Prosesnya dimulai terlebih dahulu dari permintaan data NIB, pembuatan akun merek, lalu pendaftaran merek. Kini, statusnya sudah sampai di tahap ketiga: tahap pengumuman, setelah sebelumnya tahap 1: pemeriksaan formalitas dan tahap 2: publikasi selesai dilewati. Sepengalaman kami melakukan pendaftaran merek dagang Pustaka Nurja, tahapan ini membutuhkan waktu 10 hingga

12 bulan sampai sertifikat keluar. Namun, sejauh ini, tiga tahapan awal menunjukkan bahwa sertifikasi merek dagang Café Nyantol relatif cepat dan berpotensi diterima.



**Gambar 8.** Café Nyantol, salah satu usaha binaan BUMDES Clarak, yang telah didaftarkan sertifikasi merek dagangnya.

Pendaftaran Sertifikasi Halal. Kami menghubungi salah satu pelaku UMKM Desa Clarak, Ibu Niken, selaku pemilik usaha untuk didaftarkan produk es krimnya AesQ ke Sihalal. Kami juga berkoordinasi dengan pendamping halal di UNUJA, Achmad Febrianto, yang juga merupakan tim PKM inii, untuk melakukan verifikasi pada aplikasi Sihalal <https://ptsp.halal.go.id/>. Prosesnya dimulai dari meminta foto produk es krim, bahan yang digunakan, NIB, dan proses pembuatannya. Dari beberapa langkah pendaftaran ke aplikasi Sihalal, proses verifikasinya sudah sampai di tahap pengiriman ke Komisi Fatwa.

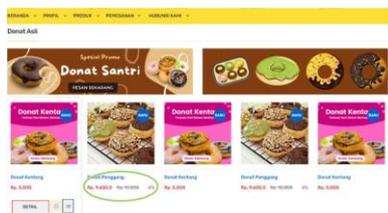


**Gambar 9.** AesQ, salah satu produk lokal UMKM Desa Clarak, yang telah didaftarkan sertifikasi halal

Perancangan E-Commerce. Kami merancang website clarak store dengan domain sementara <https://clarak.anggaran-nuruljadid.net/> Website ini dikerjakan selama kurang lebih 10 hari dengan simulasi selama 5 hari. Domain ini masih nama sementara, rencananya akan diubah menjadi <https://clarakstore.com> Situs ini akan menjadi situs utama inventarisasi, promosi, dan penjualan produk-produk BUMDES dan UMKM Desa Clarak. Dalam situs ini ada beberapa fitur yang penting seperti fitur boot telegram, kategori produk, keranjang, detail produk, nomor kontak penjual produk, serta sedang dikembangkan fitur virtual account.



Gambar 11 Tampilan Website Clarak Store



Gambar 12 Tampilan Website Clarak Store

Gambar 10. Tampilan awal E-Commerce 'Clarak Store'

#### 4 Pembahasan

Setelah dilakukan pendampingan dan simulasi pendaftaran sertifikasi produk lokal hingga pengelolaan e-commerce, terdapat perubahan sosial yang ditemukan pada sekelompok pelaku usaha atau UMKM Desa Clarak yang telah memperoleh pelatihan tentang sertifikasi produk tersebut. Sebagaimana diketahui, pelatihan sertifikasi dan komersialisasi produk ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas dan keamanan produk lokal Desa Clarak, serta membantu UMKM Desa Clarak memahami dan mematuhi standar yang berlaku. Berikut adalah beberapa perubahan sosial yang dapat dilihat pasca-pendampingan tersebut:

a. Kesadaran tentang Kualitas Produk

Pelatihan sertifikasi produk meningkatkan kesadaran pelaku usaha tentang pentingnya kualitas produk. Hal tersebut dapat dilihat pada testimoni Ibu Niken, salah satu pelaku usaha es krim AesQ. Setelah melihat serangkaian tahap pendaftaran sertifikasi halal, ia menjadi sadar bahwa selama ini bahan dan proses produksi produk sangat menentukan terhadap kualitas hasil produksi. "Ternyata detail sekali ya, ada titik kritis yang bisa membuat produk kita jadi tidak halal (haram). Ini pengetahuan baru bagi saya," kata Bu Niken. Mereka menjadi lebih peduli terhadap detail dan proses produksi yang lebih baik. Hal ini dapat membantu mereka menghasilkan produk yang lebih baik dan memenuhi standar yang lebih tinggi. Mereka diberikan pelatihan teknis yang diperlukan untuk memenuhi standar tertentu. Ini termasuk pelatihan dalam pemilihan bahan baku, teknik produksi, pengendalian kualitas, dan prosedur pengujian. Dengan meningkatnya keahlian ini, pelaku usaha atau UMKM dapat meningkatkan kualitas produk mereka.

b. Peningkatan Keamanan dan Standar Produk

Pelatihan sertifikasi produk memperkenalkan UMKM Desa Clarak pada berbagai standar kualitas dan keamanan yang berlaku. Hal ini bisa dilihat pada kasus Ibu Elisa, salah satu pelaku usaha batik M'Ayu di Clarak. "Dulunya saya tidak sempat kepikiran tentang jaminan keamanan merek kami, namun setelah didaftarkan HAKI dan diproses merek dagangnya, kami jadi merasa lebih tenang, jika ada pihak-pihak lain yang berusaha menggunakan merek atau motif kami ini," kata Bu Elisa. Dengan memahami standar-standar ini, UMKM menjadi lebih mematuhi peraturan dan persyaratan yang ada. Ini dapat meningkatkan reputasi bisnis mereka dan memberikan kepercayaan kepada pelanggan.

c. Pemahaman tentang Sertifikasi

UMKM yang telah memperoleh pelatihan memiliki pemahaman yang lebih baik tentang proses sertifikasi produk. Hal ini disampaikan oleh Bapak Ruhmandi, salah satu pelaku usaha lokal kripik di Desa Clarak. "Awalnya saya tidak mengerti fungsinya apa sertifikat-sertifikat semacam itu, Pak. Kok kayak meragukan produksi saya yang jelas-jelas

halal. Namun, setelah ikut pelatihan ini, saya jadi paham bahwa ada tahapan yang harus dilalui oleh pelaku usaha untuk membuktikan kepada publik bahwa produknya halal. Saya juga jadi mengerti secara sekilas apa saja tahapan yang dilalui dari proses sertifikasi halal itu,” kata Pak Ruhmandi. Mereka dapat mengetahui langkah-langkah yang diperlukan untuk mendapatkan sertifikasi dan bagaimana mempertahankan sertifikasi tersebut. Ini membantu mereka mengurangi hambatan birokratis dalam perolehan sertifikasi.

d. Jaringan dan Kolaborasi

Pelatihan sertifikasi telah membawa UMKM ke dalam jaringan yang lebih besar. Hal ini disampaikan oleh Febrianto, salah satu pendamping halal dari UNUJA, bahwa salah satu syarat agar produk UMKM bisa dijual di retail dan minimarket adalah adanya label halal, merek dagang, dan PIRT. “Saat ini kita sedang proses PIRT sebagian produk, namun hal penting lainnya adalah sertifikat halal tetap dibutuhkan oleh mereka yang ingin memasarkan produknya ke toko-toko ritel, ini akan memperluas sektor promosi produk,” kata Febri. Mereka dapat bertemu dengan sesama pelaku usaha yang memiliki minat serupa dalam meningkatkan kualitas produk mereka. Ini dapat menghasilkan peluang kolaborasi dan pertukaran informasi yang bermanfaat. Pelatihan sertifikasi produk telah meningkatkan kepercayaan diri pelaku usaha atau UMKM Clarak karena mereka menjadi lebih kompeten dalam hal pengelolaan bisnis dan produksi. Kepercayaan diri ini dapat mendorong mereka untuk mengejar peluang bisnis baru dan mengatasi hambatan yang mungkin muncul.

e. Perubahan Sikap terhadap Manajemen dan Kualitas Produk

Pelatihan tentang sertifikasi produk dapat menciptakan perubahan budaya dalam organisasi UMKM. Hal ini diakui oleh ketua Bumdes Desa Clarak, Eko Nuriawan, “Dulu saya pernah daftarkan NIB nya Café Nyantol, awalnya saya pikir itu Cuma administrasi saja, ternyata setelah NIB, ada banyak peluang yang dapat dilalui, termasuk sertifikasi produk ini, jadi saya mengerti bahwa NIB itu hanyalah satu jalan menata produksi produk-produk lokal di desa ini, kata Eko. Mereka memahami pentingnya mengadopsi nilai-nilai seperti keamanan, kualitas, dan kepatuhan sebagai bagian integral

dari identitas bisnis mereka. Setelah mengikuti pelatihan sertifikasi produk, pelaku usaha atau UMKM menjadi lebih terbuka terhadap inovasi dalam produk dan proses produksi. Mereka menjadi lebih berani untuk mencoba teknologi baru atau pendekatan yang dapat meningkatkan efisiensi dan kualitas produk mereka.

f. Peningkatan Kepercayaan Konsumen

Dengan memiliki sertifikasi dan komersialisasi produk, UMKM dapat membangun kepercayaan konsumen yang lebih besar. Hal ini disampaikan langsung oleh Kepala Desa Clarak, Imam Hidayat, "Saya ini awalnya berpikir yang penting teman-teman ini (pelaku usaha) bisa punya usaha mandiri lah, tapi lambat laut saya kalau di posisi sebagai konsumen juga akan mikir, bagaimana saya bisa membeli produk yang asalnya jauh dari lokasi tempat tinggal saya. Nah, kalau ada e-commerce, minimal saya akan percaya dengan produk tersebut, apalagi di situ ada nomor kontak dan testimoni pelanggan," kata Hidayat. Konsumen cenderung lebih percaya pada produk yang telah memenuhi standar tertentu, sehingga UMKM yang telah disertifikasi memiliki keunggulan kompetitif, apalagi jika produk itu telah dijual di beberapa e-commerce dan marketplace.

Dengan demikian, pelatihan sertifikasi dan komersialisasi produk bukan hanya membantu pelaku usaha atau UMKM Clarak untuk memenuhi standar kualitas produk, tetapi juga dapat memiliki dampak sosial yang positif, termasuk peningkatan kesadaran, pengetahuan, keterampilan, dan kualitas hidup mereka serta mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Perubahan sosial ini dapat memiliki dampak positif pada UMKM dan masyarakat setempat di Desa Clarak secara keseluruhan. Mereka dapat meningkatkan reputasi bisnis mereka, meningkatkan kualitas produk, dan membantu mematuhi peraturan yang berlaku. Selain itu, perubahan ini juga dapat membantu dalam pengembangan industri lokal dan peningkatan kesejahteraan ekonomi komunitas Desa Clarak.

## **5 Kesimpulan**

Dari program PKM peningkatan kapasitas UMKM dalam legalitas, sertifikasi produk dan komersialisasi digital, dapat disimpulkan adanya peningkatan pada pemahaman Masyarakat Desa Pelaku UMKM terhadap

minimal tiga sektor dalam kegiatan ini, yaitu sertifikasi merek dagang, sertifikasi halal, dan pengelolaan e-commerce. Beberapa indikator capaian yang bisa dilihat antara lain.

Pertama, aspek peningkatan kapasitas UMKM dalam legalitas merek dagang. Setelah dilakukan pelatihan, ditemukan semakin “besar peningkatan” kapasitas UMKM dalam sertifikasi merek dagang produk lokal dan telah “terdaftarnya” merek dagang salah satu produk UMKM Desa Clarak, serta telah “dilalui” seluruh mekanisme pendaftaran merek dagang, mulai dari identifikasi produk-produk unggulan, identifikasi UMKM dan koperasi, pendaftaran izin usaha OSS Kementerian Investasi, dan meningkatnya jumlah produk-produk atau UMKM yang terdaftar merek dagang ke DJKI Kemenkumham RI.

Kedua, aspek peningkatan kapasitas UMKM dalam sertifikasi produk halal. Salah satu indikator yang dapat dilihat dari proses ini adalah semakin “besar peningkatan” kapasitas UMKM dalam sertifikasi produk halal dan telah “terdaftarnya” produk UMKM tersertifikasi halal, serta telah “dilaluinya” seluruh mekanisme pendaftaran sertifikasi halal, mulai dari identifikasi produk-produk unggulan, pendaftaran produk-produk tersebut ke Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) Kemenag RI, dan meningkatnya jumlah produk-produk yang terdaftar halal MUI.

Ketiga, aspek peningkatan kapasitas UMKM dalam manajemen pemasaran produk lokal. Salah satu indikator yang dapat dilihat dari proses ini adalah semakin “besar peningkatan” kapasitas UMKM dalam manajemen pemasaran digital dan “terselesaikannya” e-commerce Clarak Store, serta telah “dilaluinya” seluruh mekanisme manajemen pemasaran, mulai dari identifikasi produk-produk unggulan, perancangan website e-commerce, pembuatan media-media sosial untuk iklan produk, serta perancangan promosi produk di marketplace dan e-commerce.

## **6 Pengakuan**

Kami mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak eksternal atas dukungan pendanaannya hingga PKM ini bisa diselesaikan dengan baik. Terima kasih juga kepada para pengurus BUMDES Desa Clarak yang telah bekerja sama dalam mengembangkan ekonomi desa dengan melakukan koordinasi intensif terhadap para pelaku usaha lokal di sana.

## 7 Referensi

- Albab, B., & Munandar, A. I. (2020). The role of youth in managing village-owned enterprises (BUMDES) through digital marketing. In *Managing Learning Organization in Industry 4.0* (pp. 279–282). Routledge.
- Ainiyah, Nur., et al. (2020). “Pelatihan Dan Pendampingan Pengelola BUMDes dalam Rangka Optimalisasi Potensi Desa di Desa Pungging Mojokerto”. *Abdimas Nusantara*, 2(1), 251-259.
- Arrizal, N. Z., & Sofyantoro, S. (2020). Pemberdayaan ekonomi kreatif dan UMKM di masa pandemi melalui digitalisasi. *Birokrasi Pancasila: Jurnal Pemerintahan, Pembangunan Dan Inovasi Daerah*, 2(1), 48–49.
- BPS Kab. Probolinggo. (2022). Kecamatan Leces dalam Angka 2022.
- Dinas Koperasi, U. K. dan M. P. J. T. (2022). Laporan Perhitungan Nilai Tambah Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (K-UMKM) Provinsi Jawa Timur Tahun 2022.
- Fuadi, D. S., Akhyadi, A. S., & Saripah, I. (2021). Systematic Review: Strategi Pemberdayaan Pelaku UMKM Menuju Ekonomi Digital Melalui Aksi Sosial. *Diklus: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, 5(1), 1–13.
- Herfian, M., Trias, M. M., Wahyudi, M. C., & Hasanah, R. (2021). Studi Etnobotani Minuman Pokak Di Desa Clarak Kabupaten Probolinggo Sebagai Potensi Wisata Kuliner. *Experiment: Journal of Science Education*, 1(2), 63–70.
- Hidranto, F. (2022, December 6). Porsi Kredit Diperbesar, Sektor UMKM Segera Naik Kelas. <https://Indonesia.Go.Id/Kategori/Indonesia-Dalam-Angka/6721/Porsi-Kredit-Diperbesar-Sektor-Umkm-Segera-Naik-Kelas?Lang=1> .
- Limanseto, H. (2022, October 1). Perkembangan UMKM sebagai Critical Engine Perekonomian Nasional Terus Mendapatkan Dukungan Pemerintah. <https://Www.Ekon.Go.Id/Publikasi/Detail/4593/Perkembangan-Umkm-Sebagai-Critical-Engine-Perekonomian-Nasional-Terus-Mendapatkan-Dukungan-Pemerintah>.
- Maharani, B., Saputri, A. Y., Wardani, A. K., Astuti, W. W., A'idah, W. L., & Pangestu, F. A. (2022). PENYULUHAN DAN PELATIHAN PEMASARAN DIGITAL, ADMINITRASI KEUANGAN DAN HAK KEKAYAAN INTELEKTUAL BAGI PELAKU UMKM DI DESA MADYOCONDRO. *Taroa: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 60–68.

- Mavilinda, H. F., Nazaruddin, A., Nofiawaty, N., & Daud, I. (2021). Penguatan Ekonomi Digital Melalui Pengembangan “Digital Entrepreneurship” Bagi Pelaku Umkm Di Desa Kerinjing Ogan Ilir Sumatera Selatan. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 5(1), 627–635.
- Nursyamsu, roni., and Kurniadi. (2020). “Pelatihan Peningkatan Pengelolaan Badan Usaha Milik Desa Cibunung Kabupaten Kuningan”. *Empowerment : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 03(02), 135-142.
- Nugrahaningsih, Putri., et al. (2021). “Pemberdayaan Masyarakat melalui Pelatihan Kewirausahaan dan Pemasaran Digital pada BUMDes Blulukan Gemilang.” *Kumawula*, 4(1), 8-14.