



## Peningkatan Kompetensi SDM Desa Ngrame dalam Digitalisasi Bisnis Keripik Pisang untuk Penguatan Ekonomi Lokal Desa Ngrame

Chandra Wisnu Utomo<sup>1</sup>, Hapsari Dyah Herdiany<sup>2✉</sup>, Irfan Maulana<sup>3</sup>, Zeddy Kurniawan<sup>4</sup>, Ahmad Khoirudin<sup>5</sup>, Gibran Azka<sup>6</sup>, Wachid Suryo N<sup>7</sup>

<sup>1,3</sup>Kewirausahaan, Universitas 'Aisyiyah Surakarta, Indonesia, 57126

<sup>2,4,5,6,7</sup>Manajemen, Universitas PGRI Yogyakarta, Indonesia, 55182

E-mail: [hapsaridyah@upy.ac.id](mailto:hapsaridyah@upy.ac.id)✉

### Info Artikel:

Diterima: 8 April 2025

Diperbaiki: 14 April 2025

Disetujui: 17 April 2025

**Keywords:** Competence, Human Resources, Digital Business

**Abstract:** This community service program aims to improve the competence of Human Resources (HR) in Ngrame Village through training on the digitization of the banana chips business. Ngrame Village has great potential in the banana chips industry sector, but it is still limited to traditional marketing methods and low digital skills. Therefore, this program focuses on strengthening the digital skills of banana chip business actors, by providing training on the effective use of digital platforms for marketing, business management, and product development. With this training, it is hoped that business actors in Ngrame Village can take advantage of digital technology to expand the market, improve product quality, and manage their businesses more efficiently. In addition, this program aims to improve the competitiveness and local economy of the village through the use of technology as a tool for the growth of small and medium enterprises (SMEs). As a long-term result, it is hoped that there will be an increase in community income, the creation of new jobs, and the strengthening of the local economy of Ngrame Village. The program involves a variety of parties, including digital marketing experts, technicians, and local governments, with a participatory approach that allows for direct community involvement in the learning and business development process.

**Kata Kunci:** Kompetensi, Sumber Daya Manusia, Digital Bisnis

**Abstrak:** Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kompetensi Sumber Daya Manusia (SDM) di Desa Ngrame melalui pelatihan digitalisasi bisnis keripik pisang. Desa Ngrame memiliki potensi besar dalam sektor industri keripik pisang, namun masih terbatas pada metode pemasaran tradisional dan keterampilan digital yang rendah.



*Oleh karena itu, program ini berfokus pada penguatan keterampilan digital pelaku usaha keripik pisang, dengan memberikan pelatihan penggunaan platform digital untuk pemasaran, manajemen bisnis, dan pengembangan produk secara efektif. Dengan adanya pelatihan ini, diharapkan para pelaku usaha di Desa Ngrame dapat memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas pasar, meningkatkan kualitas produk, serta mengelola usaha mereka secara lebih efisien. Selain itu, program ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing dan ekonomi lokal desa melalui pemanfaatan teknologi sebagai alat untuk pertumbuhan usaha kecil dan menengah (UKM). Sebagai hasil jangka panjang, diharapkan adanya peningkatan pendapatan masyarakat, terciptanya lapangan pekerjaan baru, dan penguatan ekonomi lokal Desa Ngrame. Program ini melibatkan berbagai pihak, termasuk ahli digital marketing, teknisi, dan pemerintah setempat, dengan pendekatan partisipatif yang memungkinkan keterlibatan langsung masyarakat dalam proses belajar dan pengembangan usaha.*

---

## **Pendahuluan**

### **A. Analisis Situasi**

Desa Ngrame terletak di wilayah yang terkenal dengan potensi alamnya yang luar biasa, termasuk sumber daya tanaman pisang yang melimpah. Keripik pisang, salah satu produk unggulan desa, telah berkembang menjadi komoditas khas yang sangat disukai oleh pasar lokal. Namun, meskipun desa ini memiliki produk unggulan, ada beberapa masalah yang menghalangi pertumbuhan dan perkembangan bisnis keripik pisang di tingkat yang lebih besar. Keterbatasan sumber daya manusia membuat sebagian besar bisnis keripik pisang di Desa Ngrame terdiri dari petani atau pengusaha mikro yang bergantung pada metode produksi dan pemasaran tradisional. Mereka pandai membuat keripik pisang, tetapi mereka tidak tahu cara menjalankan bisnis digital. Banyak bisnis yang belum tahu cara menggunakan platform digital untuk meningkatkan penjualan atau memasarkan produk mereka ke lebih banyak orang. Pemasaran Terbatas: Produk keripik pisang Desa Ngrame masih sangat bergantung pada penjualan langsung dan pasar lokal. Strategi pemasaran konvensional masih digunakan, seperti pasar tradisional, toko, atau hubungan pribadi. Hal ini membatasi peluang pasar dan



kontak dengan pelanggan di luar wilayah. Sebagian besar pelaku usaha belum menggunakan platform digital seperti media sosial, *e-commerce*, dan aplikasi pemasaran untuk memasarkan produk keripik pisang secara lebih luas. Keterbatasan Akses dan Pengetahuan Teknologi: Meskipun sebagian besar penduduk Desa Ngrame memiliki ponsel, akses internet dan teknologi terbatas. Namun, pemahaman yang kurang tentang pentingnya teknologi dalam bisnis dan ekonomi digital menunjukkan bahwa penggunaan internet dan aplikasi digital lebih banyak digunakan untuk kebutuhan pribadi daripada untuk mengelola atau memasarkan produk perusahaan. Potensi Pasar yang Besar: Keripik pisang Desa Ngrame memiliki potensi pasar yang sangat besar baik di tingkat lokal maupun nasional, meskipun pemasarannya terbatas. Berbagai orang, dari pembeli lokal hingga wisatawan, menyukai keripik pisang. Namun, strategi pemasaran yang lebih canggih dan pemanfaatan teknologi digital diperlukan untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk. Ketersediaan Infrastruktur dan Dukungan Pemerintah: Meskipun infrastruktur yang ada di Desa Ngrame saat ini sangat terbatas dalam hal fasilitas pelatihan dan akses teknologi, Pemerintah Desa telah menunjukkan dukungan untuk usaha masyarakat. Sebaliknya, pemerintah dan lembaga terkait berkomitmen untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa melalui pemberdayaan ekonomi lokal. Namun, komitmen ini terbatas pada program atau penyuluhan yang tidak sepenuhnya membahas aspek digitalisasi. Tantangan Keuangan dan Sumber Daya: Meskipun ada keinginan untuk mengembangkan bisnis, sebagian besar produsen keripik pisang tidak memiliki cukup dana untuk menerapkan perubahan. Ini terutama berlaku untuk investasi dalam infrastruktur digital, pembuatan situs web, atau penggunaan *platform e-commerce*. Selain itu, pelatihan yang memadai dalam manajemen usaha berbasis teknologi dan pemasaran digital adalah biaya yang tidak dapat dijangkau oleh sebagian besar pengusaha.

Desa Ngrame memiliki potensi besar untuk mengembangkan bisnis keripik pisang dan memperkuat ekonomi lokal, namun masih menghadapi berbagai tantangan terkait keterbatasan kompetensi SDM, pemanfaatan teknologi, dan akses pasar. Oleh karena itu, diperlukan upaya untuk meningkatkan kompetensi digital para pelaku usaha, dengan memberikan pelatihan dan pendampingan yang dapat membantu mereka memanfaatkan teknologi untuk mengelola dan memasarkan



produk keripik pisang. Dengan demikian, pengembangan usaha keripik pisang berbasis digital dapat mendorong pertumbuhan ekonomi desa yang lebih berkelanjutan dan meningkatkan daya saing produk di pasar yang lebih luas. Dalam ayat Al-Qur'an surat At-Taubah ayat 122 :

وَمَا كَانَ الْمُؤْمِنُونَ لِيَنفِرُوا كَآفَّةً ۚ فَلَوْلَا نَفَرَ مِن كُلِّ فِرْقَةٍ مِّنْهُمْ طَائِفَةٌ لِّيَتَفَقَّهُوا فِي الدِّينِ وَلِيُنذِرُوا  
قَوْمَهُمْ إِذَا رَجَعُوا إِلَيْهِمْ لَعَلَّهُمْ يَحْذَرُونَ

*“Tidak sepatutnya orang-orang mukmin pergi semuanya (ke medan perang). Mengapa sebagian dari setiap golongan di antara mereka tidak pergi (tinggal bersama Rasulullah) untuk memperdalam pengetahuan agama mereka dan memberi peringatan kepada kaumnya apabila mereka telah kembali, agar mereka dapat menjaga dirinya?.”*

## B. Permasalahan Mitra

Mitra dalam program pengabdian ini adalah masyarakat Desa Ngrame, khususnya pelaku usaha keripik pisang yang mayoritas tergolong usaha mikro dan kecil. Berdasarkan analisis situasi, beberapa permasalahan utama yang dihadapi oleh mitra adalah sebagai berikut:

1. Keterbatasan Pengetahuan Digital Pelaku usaha keripik pisang di Desa Ngrame memiliki keterampilan dalam hal produksi, tetapi sangat terbatas dalam pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran dan pengelolaan usaha. Hal ini menyebabkan potensi pasar yang lebih luas tidak dapat dijangkau secara maksimal, serta kemampuan untuk bersaing di pasar digital sangat terbatas. Penggunaan internet dan platform digital lainnya untuk tujuan bisnis masih minim.
2. Pemasaran yang Terbatas Sebagian besar pelaku usaha mengandalkan metode pemasaran tradisional yang terbatas pada pasar lokal dan penjualan langsung. Keterbatasan ini menyebabkan produk keripik pisang desa tidak dapat berkembang ke pasar yang lebih luas. Tanpa adanya strategi pemasaran digital yang efektif, potensi pasar online yang luas belum dapat dimanfaatkan dengan maksimal oleh para pelaku usaha.



3. Kurangnya Akses dan Infrastruktur Digital Walaupun perangkat ponsel sudah cukup banyak dimiliki oleh warga, infrastruktur digital seperti jaringan internet yang cepat dan stabil di Desa Ngrame masih terbatas. Hal ini memengaruhi kemampuan pelaku usaha untuk mengakses informasi, berkomunikasi dengan konsumen secara efektif, atau menggunakan platform *e-commerce* untuk meningkatkan penjualan.
4. Keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM) dalam Manajemen Bisnis Digital Tidak hanya dalam pemasaran, pelaku usaha juga menghadapi kesulitan dalam mengelola bisnis secara lebih profesional dengan memanfaatkan teknologi digital. Akses ke pelatihan dan kursus yang relevan tentang manajemen bisnis digital sangat terbatas, sehingga mereka kesulitan dalam hal perencanaan bisnis, manajemen keuangan, dan pengelolaan inventaris berbasis digital.
5. Keterbatasan Modal untuk Pengembangan Bisnis Sebagian besar usaha keripik pisang di Desa Ngrame tergolong usaha mikro dengan modal yang terbatas. Keinginan untuk mengembangkan usaha melalui pemasaran digital atau investasi dalam perangkat teknologi seperti website, aplikasi, atau perangkat lunak manajemen bisnis sering kali terkendala oleh masalah keuangan. Tanpa adanya dukungan atau akses terhadap pendanaan, pelaku usaha kesulitan untuk mengimplementasikan teknologi baru yang dapat meningkatkan efisiensi dan daya saing.

Keterbatasan Dalam Peningkatan Kualitas Produk Sebagian besar pelaku usaha belum memanfaatkan teknologi untuk memperbaiki dan mengembangkan produk secara lebih inovatif, meskipun keripik pisang memiliki potensi pasar yang besar. Inovasi dalam kemasan, variasi produk, dan strategi *branding* yang memanfaatkan media digital dapat meningkatkan daya tarik produk di pasar yang lebih luas. Mengacu kepada butir Analisis Situasi, teridentifikasi yaitu berdasar terdapat masalah kesadaran yang kurang terkait dengan pemasaran produk secara digital, atau melalui *social media*. Selain kurangnya mengenai pemasaran secara digital juga akses atau fasilitas digital yang belum maksimal seperti jaringan wifi yang belum optimal, serta keterbatasan SDM yang kesulitan dalam mengelola bisnis secara lebih profesional dengan memanfaatkan teknologi digital. Oleh karena itu kami akan memberikan solusi dan target sebagai berikut:



1. Memberikan pengetahuan dan pelatihan serta pendampingan tentang pemasaran secara *online* dan mengenalkan *social media* sebagai sarana memasarkan produk secara *online*.
2. Memberikan aspek pengetahuan tentang jaringan internet tanpa menggunakan wifi tetapi dapat memanfaatkan jaringan SIM Card sebagai sarana untuk mengakses internet.
3. Memberikan pelatihan dan pendampingan untuk pemasaran secara *online* sedetail mungkin seperti pembuatan logo, kemasan, hingga *branding* dalam memasarkan di *social media*.

## Metode

Program pelatihan digitalisasi bisnis keripik pisang di Desa Ngrame akan dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif dan berbasis kebutuhan masyarakat setempat. Pelaksanaan program ini terdiri dari beberapa tahapan utama, yaitu:

### 1. Identifikasi dan Analisis Kebutuhan

- Melakukan survei awal untuk memetakan kondisi usaha keripik pisang di Desa Ngrame, termasuk hambatan yang dihadapi pelaku usaha dalam aspek digitalisasi dan pemasaran.
- Melakukan wawancara dengan pelaku UMKM dan perangkat desa untuk menggali kebutuhan riil serta kesiapan SDM dalam mengikuti pelatihan.

### 2. Perencanaan Program dan Penyusunan Modul Pelatihan

- Menyusun materi pelatihan yang mencakup:
  - a. Dasar-dasar digital marketing
  - b. Penggunaan media sosial untuk promosi produk
  - c. Pengenalan *marketplace* (Shopee, Tokopedia, Tiktok)
  - d. Manajemen keuangan sederhana berbasis aplikasi
  - e. Pengemasan dan *branding* produk
- Melibatkan ahli digital marketing dan praktisi UMKM dalam penyusunan modul agar sesuai dengan konteks lokal.

### 3. Pelaksanaan Pelatihan

- Kegiatan pelatihan akan dilakukan secara langsung (tatap muka) selama beberapa hari, bertempat di balai desa atau lokasi yang telah disepakati bersama masyarakat.



- Sesi pelatihan terdiri dari:
  - a. Pemaparan teori dan praktik langsung
  - b. Simulasi penggunaan *platform* digital (akun bisnis Instagram, pembuatan toko *online*, dsb.)
  - c. Sesi konsultasi individual untuk pendampingan teknis
- 4. **Pendampingan dan Monitoring**
  - Setelah pelatihan, dilakukan pendampingan intensif selama 1–2 bulan untuk memastikan implementasi hasil pelatihan.
  - Tim pendamping akan membantu pelaku usaha dalam mengoperasikan akun digital bisnis mereka, membuat konten promosi, serta memonitor perkembangan usaha.
  - Evaluasi dilakukan secara berkala untuk menilai peningkatan kompetensi dan efektivitas pelatihan.
- 5. **Evaluasi dan Pelaporan**
  - Evaluasi akhir dilakukan dengan metode kualitatif dan kuantitatif melalui kuesioner, wawancara, dan studi kasus.
  - Hasil evaluasi dijadikan dasar penyusunan laporan akhir dan rekomendasi tindak lanjut untuk program keberlanjutan.

## Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan program pelatihan digitalisasi bisnis keripik pisang di Desa Ngrame telah memberikan sejumlah hasil yang signifikan dalam peningkatan kapasitas Sumber Daya Manusia (SDM) pelaku usaha lokal, khususnya dalam pemanfaatan teknologi digital untuk pengembangan usaha. Hasil kegiatan yang diperoleh antara lain:

### 1. Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan Digital

Sebanyak 85% peserta pelatihan menunjukkan peningkatan pemahaman dalam penggunaan platform digital seperti media sosial (Instagram, Facebook) dan marketplace (Shopee, Tokopedia). Pelaku usaha mampu membuat akun bisnis, mengelola konten promosi, serta memahami strategi dasar pemasaran digital.

### 2. Pembentukan Identitas Digital Produk Lokal

Terbentuk 10 akun bisnis keripik pisang berbasis digital yang aktif mempromosikan produk melalui media sosial. Pelaku usaha mulai



mengadopsi konsep *branding* dan desain kemasan yang lebih menarik dan kompetitif.

### 3. Pemanfaatan *Marketplace* dan Peningkatan Jangkauan Pasar

Sebagian peserta berhasil memasarkan produknya secara daring melalui *marketplace*, yang sebelumnya hanya mengandalkan pemasaran lokal. Produk keripik pisang dari Desa Ngrame telah mulai menjangkau konsumen luar daerah, dengan peningkatan pesanan hingga 30% selama dua bulan pasca pelatihan.

### 4. Penerapan Manajemen Usaha Digital Sederhana

Peserta pelatihan mulai menggunakan aplikasi pencatatan keuangan sederhana seperti Buku Kas dan Google Sheets untuk memantau arus kas usaha. Hal ini meningkatkan kesadaran akan pentingnya manajemen keuangan dalam pengelolaan usaha kecil.

### 5. Keterlibatan Aktif dan Partisipasi Masyarakat

Masyarakat menunjukkan antusiasme tinggi dalam mengikuti setiap sesi pelatihan dan pendampingan. Pemerintah desa mendukung penuh kegiatan ini dengan menyediakan fasilitas pelatihan dan membentuk tim kecil untuk keberlanjutan program.

### 6. Dampak Ekonomi Awal

Terdapat indikasi peningkatan pendapatan harian pelaku usaha sebesar 20-25% dalam dua bulan pertama setelah pelatihan, sebagai hasil dari perluasan akses pasar digital. Selain itu, dua pelaku usaha mulai merekrut tenaga kerja tambahan untuk membantu proses produksi, yang turut menciptakan lapangan kerja baru di desa.

Tabel 1. Aspek Peningkatan Sebelum dan Sesudah Kegiatan Pelatihan

Aspek yang Dinilai	Sebelum Pelatihan	Sesudah Pelatihan	Peningkatan
Pemahaman Digital Marketing	Rendah (hanya 20% pelaku usaha mengenal media sosial bisnis)	Meningkat (85% pelaku usaha memahami dan aktif menggunakan media sosial)	+65% peningkatan pemahaman



Aspek yang Dinilai	Sebelum Pelatihan	Sesudah Pelatihan	Peningkatan
Penggunaan Marketplace	Tidak ada yang menggunakan marketplace	60% peserta telah memiliki akun di marketplace (Shopee, Tokopedia)	Perluasan pasar ke luar daerah
Branding dan Kemasan Produk	Kemasan tradisional, tanpa identitas merek	75% usaha memiliki kemasan dengan logo dan merek dagang	Citra produk lebih profesional
Pencatatan Keuangan Usaha	Sebagian besar tidak melakukan pencatatan keuangan	80% peserta mulai menggunakan aplikasi pencatatan keuangan sederhana	Efisiensi manajemen usaha meningkat
Jumlah Akun Digital Usaha Aktif	0 akun bisnis aktif	10 akun bisnis aktif di media sosial	Saluran promosi baru terbentuk
Volume Penjualan (rata-rata bulanan)	± 50–70 bungkus	± 90–120 bungkus	Kenaikan volume ±30–40%
Pendapatan Rata-Rata Perbulan	Rp2.000.000 – Rp2.500.000	Rp2.800.000 – Rp3.200.000	Peningkatan pendapatan 20–25%
Jumlah Tenaga Kerja Terlibat	1–2 orang per usaha (keluarga inti)	2–4 orang per usaha	Ada penciptaan lapangan kerja baru

## Kesimpulan

Program pelatihan digitalisasi bisnis keripik pisang di Desa Ngrame telah berhasil meningkatkan kapasitas dan kompetensi pelaku usaha lokal dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pengembangan usahanya. Berdasarkan hasil evaluasi, terjadi peningkatan signifikan dalam berbagai aspek, antara lain pemahaman tentang pemasaran digital, penggunaan media sosial dan marketplace, pengelolaan keuangan berbasis aplikasi, serta strategi *branding* produk. Kegiatan ini tidak hanya memberikan dampak positif dalam aspek teknis, tetapi juga berdampak secara ekonomi dan sosial, seperti peningkatan pendapatan pelaku usaha, perluasan



jangkauan pasar, dan penciptaan lapangan kerja baru. Perubahan ini menunjukkan bahwa pelatihan yang tepat sasaran dan berbasis kebutuhan masyarakat mampu menjadi solusi konkret dalam meningkatkan daya saing UMKM desa di era digital. Kesuksesan program ini juga tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak, termasuk perangkat desa, ahli pendamping, dan antusiasme masyarakat. Keberhasilan ini menjadi fondasi untuk pengembangan program serupa di masa mendatang serta membuka peluang keberlanjutan program melalui kolaborasi dengan stakeholder terkait.

### **Ucapan Terima Kasih**

Penulis berterimakasih kepada Universitas 'Asiyiyah Surakarta beserta mitra pengabdian yaitu universitas PGRI Yogyakarta yang sudah berkolaborasi untuk melaksanakan pengabdian kepada masyarakat sehingga dapat memaksimalkan potensi yang dimiliki masyarakat. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (P3M) Universitas 'Aisyiyah Surakarta telah memberikan dana hibah kepada dosen berdasarkan kontrak pelaksanaan kegiatan penelitian hibah internal perhuruan tinggi tahun anggaran 2025 dengan nomor 145/PKM/2025.

### **Referensi**

- Aminudin, Nurwati. Pemanfaatah Sampah Plastik Menjadi Kerajinan Tangan Guna Meningkatkan Kreatifitas Warga Sekitar Stie Ahmad Dahlan Jakarta. Vol. 2, Jurnal ABDIMAS BSI Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat. 2019. p. 66–79.
- Muttaqien K, Sugiarto, Sarifudin S. 2019. Upaya Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Terhadap Kesehatan Lingkungan Melalui Program Bank Sampah. Indones J Adult Community Educ [Internet]. 2019;1(1):6–10. Available from: <https://ejournal.upi.edu/index.php/IJACE/article/view/19997>
- Putra, H. P dan Yebi, Y. 2010. Studi View of Pemberdayaan Masyarakat Melalui Kegiatan Daur Ulang Barang Bekas Di Rw 007 Desa Tanah Merah.
- Wahyudi D, Nuryah N, ... Peningkatan Kreativitas Anak dengan Membuat Kerajinan Tangan dari Limbah dan Kardus Bagi Anak di Desa Pandansari Selatan, Kecamatan Sukoharjo ... [Internet]. Vol. 2, Wisanggeni .... 2022. p. 65–73. Available from:



**JURNAL PADMA**  
**Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat**  
**Politeknik Piksi Ganesha**  
**Vol. 05 No. 01 (2025)**

<https://journal.piksi.ac.id/index.php/Padma>

p-ISSN : 2797-6394 e-ISSN : 2797-3905



---

<https://journal.iainnumetrolampung.ac.id/index.php/wisanggeni/article/view/2641%0Ahttps://journal.iainnumetrolampung.ac.id/index.php/wisanggeni/article/download/2641/1096>