JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT BANGSA
e-ISSN : 2987- 0135
Volume 2, No. 10, Tahun 2024
https://jurnalpengabdianmasyarakatbangsa.com/index.php/jpmba/index

Strategi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Laba Usaha Industry Kreatif Bersama Teman Disabilitas Kota Lubuk Linggau

Metha Aditya Putri[1], Endar Pradesa[2], M. Geri Aji Pratama[3], M. Farhan[4]
[1,2,3,4] *Universitas PGRI Silampari Lubuklinggau, Indonesia*

Corresponding Author
Nama Penulis: Metha Aditya Putri
E-mail: metha.adityaputri@unpari.ac.id

Abstrak

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan untuk membantu Teman Disabilitas Kota Lubuk Linggau dalam Meningkatkan Laba Penjualan usaha mereka dengan menggunakan strategi pemasaran yang lebih luas melalui media digital marketing. Pemasaran digital merupakan strategi pemasaran yang menggunakan teknologi informasi yang terus berkembang. Untuk membuat strategi digital marketing yang tepat, bisnis harus mempertimbangkan faktor internal dan eksternal. Pemasaran digital bukanlah ide yang berfokus pada teknologi. Sebaliknya, itu adalah ide bagi pengusaha, yaitu bagaimana mereka melihat pengusaha dan menggunakan teknologi untuk membangun hubungan dengan pelanggan dan meningkatkan penjualan produk mereka. Jumlah orang yang menggunakan internet menawarkan peluang baru bagi UKM. Metode pelaksanaan yang digunakan dalam pengabdian kepada masyarakat ini adalah ceramah, diskusi dan simulasi. Hasil kegiatan ini diharapkan Teman Disabilitas bisamenggunakan akun media sosial dan mampu memasarkan hasil produksinya secara global sehingga bisa meningkatkan penjualan serta diharapkan mampu meningkatkan perekonomian Teman Disabilitas.
Kata kunci *– Strategi pemasaran, Pemasaran digital, Laba*

Abstract

This Community Service Activity aims to help Friends with Disabilities in Lubuk Linggau City in increasing their business sales profits by using broader marketing strategies through digital marketing media. Digital marketing is a marketing strategy that uses information technology that continues to develop. To create the right digital marketing strategy, businesses must consider internal and external factors. Digital marketing is not a technology-focused idea. Rather, it is an idea for entrepreneurs, namely how they see entrepreneurs and using technology to build relationships with customers and increase sales of their products. The number of people using the internet offers new opportunities for SMEs. The implementation methods used in this community service are lectures, discussions and simulations. As a result of this activity, it is hoped that Friends with Disabilities will be able to use social media accounts and be able to market their production globally so that they can increase sales and hopefully be able to improve the economy of Friends with Disabilities.
Keywords *– Marketing strategy, Digital marketing, Profit*

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

PENDAHULUAN

UMKM merupakan pilar terpenting dalam perekonomian Indonesia. Tugas UMKM pada perekonomian nasional terdiri dari beberapa hal yaitu jumlah industrinya yang banyak dan masuk dalam setiap bidang ekonomi, kemampuan yang besar dalam penyerapan tenaga kerja, selain itu juga berkontribusi dalam penciptaan Produk Domestik Bruto (PDB) (Kemenko Perekonomian, 2022). UMKM merupakan upaya yang produktif yang dimilikioleh masyarakat Indonesia yang berbentuk badan usaha perorangan, tidakberbadan hukum, ataupun berbadan hukum misalkan, koperasi yang bukan termasuk anak perusahaan ataupun cabang yang dimiliki, dikuasai ataupun berafiliasi, baik secara langsung maupun tidak langsung yang memiliki kekayaan bersih paling besar jumlahnya Rp200.000.000, tanah dan bangunan tidak termasuk hal tersebut atau juga memilki jumlah hasil penjualan paling besar Rp.200.000.000 setiap tahun (Kustanto, 2022). Perkembangan dan kemajuan teknologi di era globalisasi yang diiringi dengan perkembangan sistem informasi teknologi terjadi begitu pesat. Hal ini tentu saja akan berakibat semakin ketatnya persaingan di dunia bisnis.

Peradaban manusia telah mengalami banyak perubahan sebagai hasil dari kemajuanteknologi. Teknologi menjadi serba digital karena globalisasi yang cepat. Gaya hidup baru yang tidak dapat dipisahkan dari perangkat elektronik adalah tren umum di era modern. Sebagian besar kebutuhan manusia dapat dipenuhi dengan teknologi. Orang-orang telah menggunakan teknologi untuk mempermudah tugas- tugas penting yang harus diselesaikan (Sa'adah et al., 2022). Menurut Afrilia1 (2018), kemajuan teknologi saat ini mengalami kemajuan yang sangat pesatc(Afrilia & Berliana, 2022). Ini terutama berlaku untuk kemajuan teknologi internet, yang keberadaannya memengaruhi dan membentuk gambaran pasar global.

Adanya *Making* Indonesia 4.0 menyebabkan hadirnya bentuk promosi baru yaitu dengan digital marketing. Saat ini masyarakat banyak meminati digital marketing untuk mendukung berbagai kegiatan salah satunya untuk media pemasaran (Fatmaningrum et al., 2020).

Digital marketing adalah penelitian pasar dan periklanan yang dilakukan melalui media digital online, seperti media sosial. Dunia media sosial melibatkan banyak orang di seluruh dunia, bukan hanya individu dan perangkat yang dapat terhubung. Pemasaran digital termasuk pemasaran yang terintegrasi dan interaktif yang memungkinkan pembeli, produsen, dan perantara pasar berinteraksi satu sama lain (Aurora, 2023). Digital marketing melalui media online tidak hanya memudahkan dan memperluas peluang pemasaran, tetapi juga sangat membantu pengusaha karena memudahkan pelanggan dan pengusaha untuk memilih dan menerima informasi tentang produk pemasaran yang mereka butuhkan, sehingga lebih mudah bagi pelanggan untuk memesan dan membeli produk tersebut. Internet memiliki banyakkeuntungan bagi bisnis dan konsumen.

Penyandang disabilitas merupakan bagian penting dari masyarakat yang sering kali menghadapi tantangan dalam mendapatkan pekerjaan. (Mawarningsih & Trustisari, 2024). Orang dengan disabilitas juga sering kali menghadapi tantangan tambahan dalam dunia usaha, baik dalam hal akses terhadap pekerjaan, kesempatan untuk berkembang, atau stigma sosial. Penyandang disabilitas adalah individu yang memiliki keterbatasan fisik, mental, intelektual, atau sensorik dalam jangka waktu lama yang dapat menghambat partisipasi penuh dan efektif dalam masyarrakat berdasarkan kesetaraan dengan orang lain.

Penyandang disabilitas masih dikucilkan oleh masyarakat dan pemerintah (Pratama & Yusron, 2024). Keberadaan mereka seperti memperlakukan mereka sebagai masyarakat yang tidak berguna dan tidak bisa seperti manusia normal lainnya(Zulfa, 2024). Pemberdayaan penyandang disabilitas sangat penting untuk menciptakan masyarakat yang inklusif dan memastikan bahwa semua individu memiliki kesempatan yang sama untuk berpartisipasi dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk pendidikan, pekerjaan, dan kegiatan sosial.

Jumlah penyandang disabilitas di Indonesia cukup signifikan. Meskipun terdapat undang-undang dan kebijakan yang mendukung hak-hak penyandang disabilitas, implementasi di lapangan masih menghadapi berbagai tantangan, seperti aksesibilitas, stigma sosial, dan peluang ekonomi yang

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

terbatas. Ada beberapa teman Disabilitas Di Komunitas Disabilitas Kota Lubuklinggau ini yang sudah mulai Berwirausaha tetapi terkendala dengan strategi marketing nya salah satu nya adalah dalam strategi pemasaran secara digital, sehingga laba usaha nya tidak naik. hal itulah yang menjadi permasalahan mitra kami. Ada beberapa teman Disabilitas Di Komunitas Disabilitas ini yang sudah mulai Berwirausaha tetapi terkendala dengan strategi marketing nya salah satu nya adalah dalam strategi pemasaran secara digital, sehingga laba usaha nya tidak naik. hal itulah yang menjadi permasalahan mitra kami. Berdasarkan permasalah yang telah terjadi pada usaha teman Disabilitas, maka diperlukan solusi dengan tujuan untuk meningkatkan laba penjualan. Oleh karena itu, diperlukan pelatihan terkait pentingnya Pemahaman tentang Strategi pemasaran digital agar dapat menambah pengetahuan dan kemampuan teman Disabilitas dalam menaikan Laba usaha nya.

Semua manusia yang ada di muka bumi ini menginginkan terlahir menjadi orang yang sehat dan sempurna secara fisik maupun mental tanpa kekurangan. Begitu juga dengan para penyandang disabilitas, mereka juga tidak menginginkan lahir dalam kondisi yang kurang dari fisik maupun mental. Penyandang disabilitas seringkali tidak dihargai dan bahkan sering dianggap sebagai orang yang lemah. Padahal ketidakberdayaan mereka seringkali merupakan akibat dari adanya kekurangadilan dan diskriminasi dalam aspek-aspek kehidupan tertentu (Nashir & Laili, 2018).

Penyandang disabilitas berkewajiban untuk ikut serta menolong dirinya sendiri, bahkan harus melibatkan diri dan berperan aktif dalam kehidupan bermasyarakat di lingkungannya. Dan mereka tentunya menyimpan potensi keterampilan yang tersembunyi, itu dapat digali dan ditumbuh kembangkan secara tepat jika mereka mendapatkan pelatihan yang tepat pula. Mereka akan mampu menolong dirinya sendiri dan bahkan dapat memberikan sumbangan yang bermanfaat dalam kehidupan bermasyarakat. Penyandang disabilitas bekerja bukan hanya untuk meningkatkan pendapatan secara ekonomi, namun juga berpengaruh dalam bidang sosial (Amaliah & Hos, 2020). Penyandang disabilitas dapat menjadi anggota masyarakat yang produktif sehingga membutuhkan akses yang lebih baik terhadap pendidikan dasar, pelatihan kejuruan yang sesuai dengan kebutuhan pasar kerja dan pekerjaan yang sesuai dengan keterampilan, minat dan kemampuan beradaptasi.

Usaha dan disabilitas adalah topik yang penting dalam konteks inklusi sosial dan ekonomi. Orang-orang dengan disabilitas sering menghadapi tantangan dalam mengakses peluang ekonomi dan lapangan kerja yang adil. Namun, dengan adanya kesadaran yang meningkat dan regulasi yang mendukung, banyak upaya telah dilakukan untuk meningkatkan keterlibatan dan kesempatan bagi individu dengan disabilitas di tempat kerja. Mendorong inklusi ekonomi bagi individu dengan disabilitas adalah bagian dari upaya lebih luas untuk mencapai kesetaraan.

Dengan memperluas akses mereka ke peluang usaha, kita dapat mempromosikan pemberdayaan ekonomi yang lebih besar. Dibangun lingkungan bisnis yang lebih inklusif dan berkelanjutan, di mana individu dengan disabilitas memiliki kesempatan yang setara untuk berpartisipasi dan berkembang dalam sektor usaha. Dalam memenuhi kebutuhan hidup teman disabilitas, banyak dari mereka yang memulai berwirausaha, akan tetapi karena terbatasnya ilmu dan kreatifitas yang dimiliki sehingga menjadi persoalan mereka dalam meningkatkan laba usaha. Selama ini mereka membuka usaha hanya di lingkungan tempat meraka tinggal saja dan juga di pasar tradisional dimana para pesaing usaha nya lebih banyak. Apabila mereka tidak memiliki kreatifitas atau strategi dalam penjualan maka laba usaha mereka tidak akan meningkat.

METODE

Masyarakat (PKM) ini yaitu : Pada PKM kami kali ini kami memfokuskan pada peningkatan Laba Usaha pada teman Disabilitas yang bergerak di bidang kuliner dan industri kreatif lain nya, masalah yang kami temukan di lapangan adalah teman Disabilitas umum nya belom tau dan mengerti bagaimana cara memasarkan hasil karya atau olahan makanan yg mereka buat mereka lebih luas lagi. Selama ini mereka hanya menjual dagangan mereka hanya dengan tetangga atau sanak saudara mereka saja.

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

I. Tahapan Pelaksanaan Pengabdian Kepada :

a. **Tahap persiapan**

1) Tim Pengabdian Kepada Masyarakat memilih Komunitas Disabilitas karena mereka pada dasarnya sama seperti manusia lain nya hanya saja mereka memiliki suatu keterbatasan fisik. Tetapi walaupun karna keterbatasan tersebut tidak menyurut kan keinginan mereka untuk berwirausaha dan meningkatkan perekonomian mereka.
2) Tahapan survei dan permohonan izin pelaksanaan Pengabdian KepadaMasyarakat ke Sekret Komunitas Teman Disabilitas dimana merupakan Tempat berkumpulnya Komunitas Disabilitas serta penentuan lokasi kegiatan dan sasaran.
3) Tahapan sosialisasi atau undangan pelatihan berisi tentang konsep strategi digital marketing dan produk-produk teknologi yang dapat digunakan sebagai penunjang kegiatan pemasaran kepada para teman Disabilitas.

b. **Tahap Pelaksaan**

1) Para peserta teman Disabilitas di Kota Lubuklinggau diminta untuk mengisi daftar hadir dan mengambil bahan pelatihan (hardcopy) yang sudah disediakan tim pelaksana.
2) Para peserta strategi melakukan Forum Grup Discussion (FGD) sebelum pelaksanaan pelatihan dimulai.
3) Tim pelaksana Pengabdian Kepada Masyarakat memberikan pelatihan dengan ceramah dan diskusi terkait pentingnya melakukan penjualan dengan menyesuaikan perkembangan yang sedang terjadi pada saat ini. Tren penjualan produk yang sedang marak di masyarakat adalah penjualan dengan menggunakan media digital. Materi pelatihan berisi tentang konsep Strategi Pemasaran Digital dan produk-produk teknologi yang dapat digunakan sebagai penunjang kegiatan pemasaran. Tim pelaksana juga memberikan cara-cara melakukan pemasaran produk dengan memanfaatkan media sosial yang sudah tersedia seperti akun media sosial yang terintegrasi e-commerce dan akun e-commerce serta membuat konten digital. Hal ini dilakukan,agar produk yang dihasilkan oleh para teman disabilitas dapat tersebar dan memiliki pasar yang lebih luas lagi.
4) Melakukan pendampingan kepada peserta.

c. Tahap Pelaksanaan Pelatihan

Pelaksanaan pelatihan akan mengkombinasikan beberapa metode, yaitu:

1) Ceramah

Metode ini dipilih untuk memaparkan materi kepada peserta teman disabilitas agar memiliki motivasi dan kreativitas dalam membuat danmengolah konten promosi.

2) Diskusi

Tahapan diskusi penting dilakukan agar baik pemateri dan peserta teman disabilitas sebagai peserta bisa saling bertukar informasi terkait pembuatan konten promosi.

d. **Simulasi**

Simulasi merupakan sesi praktik mandiri yaitu peserta pelatihan melakukan pemotretan produk peserta teman disabilitas dengan menggunakan kamera ponsel dan studio mini sebagai alat pendukung, kemudian melakukan pengunggahan ke mediasosial peserta.

e. **Evaluasi**

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini secara umum berjalan sesuai dengan target yang telah ditetapkan diawal, mulai dari perencanaan kegiatan, survey ke lokasi sampai kegiatan berlangsung. Teman-teman penyandang disabilitas dan teman-teman dari di Kota Lubuklinggau sangat antusias dalam mengikuti kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Selesai dari kegiatan masih banyak sekali diskusi terkait bagaimana peluang strategi berwirausaha untuk meningkatkan penjualan, serta banyak juga yang bertanya mengenai apa saja Langkah-langkah pada awal merintis usaha dan faktor penyebab dalam merintis usaha.

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

Meskipun demikian, tim pengusul pengabdian kepada masyarakat masih memiliki banyak kendala dalam hal teknis, seperti kegiatan pengabdian kepada masyarakat tersebut harus tetap terus dilaksanakan secara berkala dengan kedepannya ada kegiatan lainnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil

A. Hasil Pengabdian kepada Masyarakat

Pada bagian ini, kami menampilkan beberapa dokumentasi kegiatan yang telah dilakukan dan respon peserta kegiatan pengabdian ini. Acara dilakukan pada tanggal 11 September 2024, di Laboratorium Program Studi Kewirausahaan Universitas PGRI Silampari. Sebelum pelatihan Tim Pemateriberupaya menciptakan suasana yang akrab dengan melibatkan seluruh siswa peserta pelatihan agar tercipta suasana yang akrab. Suasana pelatihan yangakrab dan santai tidak akan membosankan tentunya akan berpengaruh positif pada proses pelatihan. Setelah tercipta suasana kelas yang kondusif, kemudian dilakukan "Strategi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Laba Usaha Industry Kreatif Bersama Teman Disabilitas Kota Lubuk Linggau".

1) Presentasi.

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat ini dikemas dengan menggunakan pendekatan workshop. Kegiatan dilakukan menggunakan metode ceramah, diskusi dan latihan, serta tanya jawab. Peserta pelatihan diberikan materi mengenai bagaimana Strategi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Laba Usaha Industry Kreatif Bersama Teman Disabilitas Kota Lubuk Linggau.

Gambar 1.
Pemberian Materi Strategi Pemasaran Digital

2) Diskusi

Strategi pemasaran digital adalah serangkaian metode dan pendekatan yang dirancang untuk mempromosikan produk atau layanan melalui platform digital guna mencapai target pasar secara efektif dan efisien. Strategi ini melibatkan pemanfaatan teknologi digital seperti internet, media sosial, situs web, email, dan aplikasi mobile untuk membangun hubungan dengan konsumen, meningkatkan visibilitas merek, dan mendorong penjualan. Strategi Pemasaran Digital biasanya berfokus pada bagaimana bisnis dapat memanfaatkan teknologi digital untuk menjangkau konsumen secara efektif dan efisien. Pemasaran digital dianggap unggul dibandingkan metode tradisional karena mampu menargetkan audiens secara spesifik berdasarkan demografi, perilaku, dan lokasi. Dalam diskusi, sering dibahas pentingnya

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

memilih platform yang tepat, seperti media sosial, e-commerce, atau email marketing, yang disesuaikan dengan karakteristik produk dan target pasar. Selain itu, personalisasi konten menjadi sorotan utama karena dapat meningkatkan keterlibatan konsumen, sementara pengalaman pengguna (user experience) yang baik di situs web atau aplikasi menjadi faktor kunci dalam mendorong konversi. Tantangan dalam penerapan, seperti kompetisi ketat, perubahan algoritma platform, dan kebutuhan akan analisis data yang akurat, juga sering menjadi bahan diskusi. Diskusi ini juga mencakup aspek etika, seperti transparansi penggunaan data pribadi dan dampaknya terhadap perilaku konsumen. Dengan terus mengkaji strategi ini, pemasaran digital dapat menjadi alat yang lebih efektif dalam mendukung keberlanjutan bisnis di era digital.

Gambar 2.
Diskusi dan Tanya Jawab Peserta

3) Pelatihan dan pendampingan

Pelatihan dan pendampingan strategi pemasaran digital dalam meningkatkan laba usaha industry kreatif bersama teman disabilitas Kota Lubuk Linggau.

Gambar 3.

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

Pelatihan dan pendampingan kepada peserta

Gambar 4.
Pemberian Sertifikat kepada Peserta

B. Pembahasan

Hasil pembahasan dari pengabdian kepada masyarakat dengan tema "Strategi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Laba Usaha Industri Kreatif Bersama Teman Disabilitas Kota Lubuk Linggau" menunjukkan peningkatan dalam kemampuan pelaku usaha kreatif, khususnya teman-teman disabilitas, dalam memanfaatkan teknologi pemasaran digital. Peserta yang terlibat mampu memahami dan menerapkan strategi pemasaran melalui platform digital seperti media sosial, marketplace, dan website. Pelatihan ini menghasilkan peningkatan keterampilan dalam pembuatan konten kreatif, seperti fotografi produk, desain grafis, dan video promosi, yang terbukti efektif dalam menarik perhatian konsumen. Selain itu, penerapan strategi digital juga berhasil memperluas jangkauan pasar, sehingga berkontribusi pada peningkatan penjualan dan laba usaha. Secara sosial, program ini berdampak positif dengan memberdayakan teman-teman disabilitas, meningkatkan kepercayaan diri mereka, dan membangun kesadaran masyarakat tentang pentingnya inklusivitas dalam sektor ekonomi kreatif. Keseluruhan program ini memberikan wujud kontribusi nyata dalam mendukung keberlanjutan usaha kreatif berbasis komunitas di Kota Lubuk Linggau.

Manfaat dari pengabdian kepada masyarakat bertema "Strategi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Laba Usaha Industri Kreatif Bersama Teman Disabilitas Kota Lubuk Linggau" mencakup berbagai aspek yang berdampak positif, baik secara ekonomi, sosial, maupun individu. Berikut adalah manfaat utamanya:

1) Peningkatan Laba Usaha

Program ini membantu pelaku usaha kreatif, termasuk teman-teman disabilitas, memahami dan memanfaatkan pemasaran digital untuk memperluas jangkauan pasar. Dengan demikian, usaha mereka dapat menjangkau lebih banyak konsumen, meningkatkan penjualan, dan menghasilkan laba yang lebih besar.

2) Peningkatan Keterampilan Digital

Pelaku usaha memperoleh pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan teknologi pemasaran digital, seperti pembuatan konten kreatif, penggunaan platform media sosial, e-

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

commerce, dan analisis data. Keterampilan ini penting untuk bersaing di era digital yang terus berkembang.

3) Pemberdayaan Teman Disabilitas

Program ini memberikan peluang bagi teman-teman disabilitas untuk lebih mandiri secara ekonomi melalui pengelolaan usaha mereka sendiri. Hal ini juga meningkatkan rasa percaya diri mereka dan memberikan pengakuan terhadap kontribusi mereka dalam sektor industri kreatif.

4) Peningkatan Inklusivitas Sosial

Dengan melibatkan teman-teman disabilitas, program ini mendorong masyarakat untuk lebih inklusif dan menghargai potensi mereka sebagai pelaku usaha yang produktif. Hal ini juga dapat mengubah stigma negatif yang mungkin masih ada di masyarakat.

5) Pengembangan Industri Kreatif Lokal

Program ini mendukung pengembangan industri kreatif di Kota Lubuk Linggau dengan memperkenalkan strategi pemasaran modern. Ini tidak hanya membantu pelaku usaha yang terlibat, tetapi juga memperkuat citra kota sebagai pusat industri kreatif yang inovatif dan inklusif.

6) Efisiensi Pemasaran

Pemasaran digital memungkinkan pelaku usaha untuk memanfaatkan anggaran secara lebih efisien dibandingkan pemasaran tradisional. Mereka dapat memaksimalkan potensi platform digital untuk menjangkau target pasar tanpa harus mengeluarkan biaya besar.

7) Kesadaran Teknologi di Masyarakat

Program ini turut meningkatkan kesadaran masyarakat lokal tentang pentingnya teknologi dalam kehidupan sehari-hari, khususnya untuk mendukung pertumbuhan ekonomi.

Manfaat-manfaat ini menjadikan program pengabdian ini sebagai upaya yang strategis untuk mendukung pertumbuhan ekonomi lokal dan memberdayakan komunitas yang beragam secara lebih adil dan berkelanjutan.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian mengenai strategi pemasaran digital dalam meningkatkan laba usaha industri kreatif bersama teman disabilitas di Kota Lubuk Linggau adalah bahwa penerapan strategi digital yang tepat dapat memberikan dampak signifikan terhadap pertumbuhan usaha. Dengan memanfaatkan media sosial, platform e-commerce, dan teknik optimasi digital. Pendekatan kreatif dalam penyajian konten, didukung oleh kolaborasi dengan pihak-pihak yang mendukung inklusivitas, tidak hanya meningkatkan daya tarik produk tetapi juga memperkuat citra positif usaha. Selain itu, pemanfaatan analitik pemasaran digital memungkinkan pelaku usaha untuk terus memantau dan menyesuaikan strategi agar lebih efektif. Secara keseluruhan, pemasaran digital terbukti menjadi solusi yang relevan dan berdaya guna untuk mendorong keberlanjutan dan keberhasilan usaha industri kreatif bersama teman disabilitas.

Strategi pemasaran digital yang diterapkan untuk meningkatkan laba usaha industri kreatif bersama teman disabilitas di Kota Lubuk Linggau dapat difokuskan pada pemanfaatan media sosial dan platform e-commerce. Untuk itu, pelaku usaha disarankan meningkatkan visibilitas produk melalui konten kreatif yang relevan, seperti foto dan video yang menarik, cerita inspiratif di balik produk, serta testimoni pelanggan. Menjalin kolaborasi dengan influencer lokal atau komunitas yang mendukung inklusivitas dapat memperluas jangkauan pasar. Tidak kalah penting, pelaku usaha perlu memberikan perhatian khusus pada analitik pemasaran digital untuk memantau performa strategi yang digunakan, sehingga langkah-langkah yang lebih efektif dapat diterapkan sesuai kebutuhan. Dengan pendekatan yang terencana dan adaptif, diharapkan industri kreatif ini dapat meningkatkan daya saing dan kontribusi terhadap inklusi sosial serta keberlanjutan usaha.

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

UCAPAN TERIMA KASIH

Pengabdian kepada Masyarakat ini dengan judul "Strategi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Laba Usaha Industry Kreatif Bersama Teman Disabilitas Kota Lubuk Linggau" dapat dilaksanakan dengan baik karena dukungan dari berbagai pihak dan diucapkan terima kasih kepada Universitas PGRI Silampari yang telah mendanai kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

Afrilia, E., & Berliana, N. (2022). Perilaku Aman pada Tenaga Kerja Divisi Proses dan Divisi Sortasi di PT. X. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, *1*(10), 1301–1306.

Amaliah, H., & Hos, J. (2020). Strategi Penyandang Disabilitas Dalam Pemenuhan Kebutuhan Sosial Ekonomi (Studi Pada Perkumpulan Penyandang Disabilitas Indonesia (PPDI) Provinsi Sulawesi Tenggara). *Journal of Social Welfare*, *1*(2).

Aurora, A. E. P. (2023). Implementasi Pembelajaran Berbasis Proyek Pada Mata Diklat Digital Marketing Di SMK Swasta Marisi Medan. *JUBDIMAS (Jurnal Pengabdian Masyarakat)*, *2*(1), 1–6.

Fatmaningrum, S. R., Susanto, S., & Fadhilah, M. (2020). Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian minuman Frestea. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, *4*(1), 176–188.

Idah, Y. M., & Pinilih, M. (2020). Strategi pengembangan digitalisasi UMKM. *Prosiding Seminar Nasional LPPM Unsoed*, *9*(1).

Kemenko Perekonomian. (2022). *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#:~:text=Peran UMKM sangat besar untuk,total penyerapan tenaga kerja nasional.

Kustanto, A. (2022). Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Sebagai: Pilar Ekonomi Kerakyatan Dalam Dimensi Politik Hukum Integratif. *QISTIE*, *15*(1), 17–31.

Mawarningsih, H., & Trustisari, H. (2024). Literature Review: Tantangan Serta Solusi Penyandang Disabilitas Untuk Mendapatkan Perlindungan Pemenuhan Hak Pekerjaan. *Journal Sains Student Research*, *2*(3), 976–983.

Nashir, M., & Laili, R. N. (2018). The Implementation Of Electronic Flashcard To Increase Students'vocabulary Mastery. *Edukasi: Jurnal Penelitian Dan Artikel Pendidikan*, *10*(2), 125–136.

Pratama, A. B., & Yusron, M. (2024). Advokasi Hak Pilih Penyandang Disabilitas Mental di Kabupaten Batang. *AKM: Aksi Kepada Masyarakat*, *5*(1), 263–276.

Rarasati, D. P., & Pradiani, T. (2018). *Pengaruh iklan media sosial dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk bagi pelanggan alfacart. com*.

Sa'adah, A. N., Rosma, A., & Aulia, D. (2022). Persepsi generasi Z terhadap fitur Tiktok Shop pada aplikasi Tiktok. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, *2*(5), 131–140.

Wastutiningsih, S. P., & Dewi, T. P. (2019). Pemberdayaan masyarakat berbasis pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah di era revolusi industri 4.0. *Journal of Extension and Development*, *1*(2), 90–96.

Wijoyo, H., & Widiyanti, W. (2020). Digitalisasi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Era Pandemi COVID-19. *Seminar Nasional Kahuripan*, 10–13.

Zulfa, A. (2024). Strategi Layanan Bimbingan dan Konseling di Forum Komunikasi Disabilitas Kudus (FKDK). *At-Taujih: Jurnal Bimbingan Dan Konseling Islam*, *2*(2), 107–116.

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license