

Implementasi Pemasaran Digital Bagi Penyandang Disabilitas Sebagai Upaya Meningkatkan Penjualan Online

Teguh Sarwo Aji

Universitas Yudharta Pasuruan, Indonesia

Corresponding Author

Nama Penulis: Teguh Sarwo Aji

E-mail: teguh@yudharta.ac.id

Abstrak

Pengabdian kepada masyarakat pemasaran bisnis online bagi penyandang disabilitas ditujukan untuk membantu pengusaha kecil dan menengah (UMKM) untuk meningkatkan penjualan berbasis digital. Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian ini diawali dengan persiapan dan meninjau secara langsung kondisi lapangan. Pada tahap survei, dilakukan diskusi langsung dengan pelaku usaha yang tergabung dalam Rumah Hebat Disabilitas (REHAT) kelompok UMKM disabilitas binaan Dinas Sosial Kota Pasuruan guna identifikasi kebutuhan, peluang, serta tantangan yang ditemui para pengusaha kecil menengah. Selanjutnya, pelaksana melanjutkan sosialisasi dan pendampingan implementasi pemasaran online. Hasil pengabdian kepada masyarakat bahwa sebelum diadakan pendampingan implementasi pemasaran online, mayoritas pelaku usaha memiliki tingkat pemahaman yang masih rendah tentang pemasaran online. Namun, setelah penyampaian materi dan pendampingan implementasi pemasaran online, terdapat peningkatan pemahaman dan pengetahuan peserta mengenai implementasi pemasaran berbasis online.

Kata Kunci - UMKM, bisnis online, sosial media, disabilitas, pemasaran

Abstract

Community service for online business marketing for people with disabilities is aimed at helping small and medium entrepreneurs (MSMEs) to increase digital-based sales. The method of implementing this community service activity begins with preparation and directly reviewing conditions in the field. At the survey stage, direct discussions were held with business actors who are members of the Rumah Hebat Disabilitas (REHAT) group of MSMEs with disabilities fostered by the Pasuruan City Social Service to identify the needs, opportunities, and challenges faced by small and medium entrepreneurs. Furthermore, the implementers continued the socialization and assistance of online marketing implementation. The results of community service showed that before the assistance of online marketing implementation was held, the majority of business actors had a low level of understanding of online marketing. However, after the delivery of materials and assistance in online marketing implementation, there was an increase in participants' understanding and knowledge regarding the implementation of online marketing.

Keywords - MSMEs, online business, social media, disability, marketing

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan signifikan dalam budaya kehidupan sehari-hari. Media elektronik kini menjadi salah satu sarana utama dalam menjalankan komunikasi dan aktivitas bisnis yang berbasis internet (Khairunnisa, 2022). Meskipun masih terdapat banyak pelaku usaha yang belum sepenuhnya memahami internet, tekanan dari kebutuhan bisnis yang memanfaatkan media daring membuat banyak pengusaha mulai mengadopsinya. Hal ini sejalan dengan peningkatan jumlah pengguna internet, baik melalui komputer, notebook, maupun perangkat ponsel (Haryanto et al., 2024).

Perkembangan dan perubahan dalam bidang ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK) secara signifikan memengaruhi berbagai aspek kehidupan manusia saat ini. Dengan demikian, IPTEK sudah menjadi sebuah keharusan dan tidak bias terpisahkan dalam kehidupan sehari-hari, baik pada masa sekarang maupun di masa yang akan datang. Oleh karena itu, ilmu pengetahuan dan teknologi merupakan aspek yang tidak dapat diabaikan dalam upaya meningkatkan kualitas hidup dan kesejahteraan manusia (Ratna Gumilang, 2019).

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sangat penting dan memiliki peranan yang strategis dalam perekonomian nasional. Sektor ini menjadi penyangga utama ekonomi disaat negara dalam menghadapi berbagai tantangan krisis. Misalnya, saat krisis ekonomi Indonesia pada tahun 1998, banyak perusahaan besar yang mengalami kebangkrutan, namun UMKM terbukti memiliki ketahanan yang kuat dan mampu bertahan bahkan berkembang selama masa sulit tersebut (Aji, 2014).

Faktor utama yang mendukung ketangguhan UMKM antara lain: pertama, mayoritas UMKM bergerak di bidang produksi barang konsumsi dan jasa dengan elastisitas permintaan yang relatif rendah terhadap pendapatan; kedua, banyak UMKM yang tidak bergantung pada pembiayaan dari perbankan; dan ketiga, UMKM umumnya memiliki modal terbatas serta beroperasi dalam pasar yang kompetitif (Dwiputra & Barus, 2022).

Perdagangan online atau e-commerce, merujuk pada sistem transaksi yang memanfaatkan media elektronik sebagai sarana utamanya. Menurut (Mahir, 2015), e-commerce dapat dipahami sebagai wadah terjadinya pertukaran transaksi dan informasi antara penjual dan pembeli di lingkungan digital. Dengan kata lain, e-commerce merupakan aktivitas bisnis yang dilakukan secara daring melalui internet serta perangkat-perangkat yang terhubung dengan jaringan tersebut. Sementara itu, (Khairunnisa, 2022) mendefinisikan kualitas layanan elektronik (e-service quality) sebagai kemampuan suatu situs dalam memfasilitasi proses belanja, pembelian, dan distribusi produk secara efektif dan efisien. Fenomena e-commerce sendiri muncul sebagai respons terhadap perubahan perilaku konsumen dalam berbelanja, sehingga membuka peluang baru dalam dunia bisnis. Di Indonesia, adaptasi terhadap perubahan ini berlangsung sangat cepat, yang ditandai dengan munculnya berbagai platform e-commerce, baik yang berasal dari luar negeri maupun yang dikembangkan oleh pelaku usaha dalam negeri (Melina & Sudrartono, 2023).

Penyandang disabilitas merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari masyarakat Indonesia, yang memiliki hak, kewajiban, kesempatan, serta peran yang setara dalam semua aspek kehidupan dan penghidupan (Amalia dan Nugroho, 2020). Mereka memiliki hak dasar yang sama seperti manusia pada umumnya. Perlakuan khusus diberikan kepada mereka sebagai bentuk perlindungan guna menghindari berbagai potensi pelanggaran terhadap hak asasi manusia (Mumpuniarti dkk, 2020).

Penguatan SDM penyandang disabilitas dalam UMKM melalui peningkatan kompetensi dan menajamen pengetahuan merupakan upaya berkelanjutan yang memerlukan kerjasama anatar pemerintah, lembaga pendidikan, organisasi masyarakat, dan sektor swasta (Hartawan, 2022). Dengan memberdayakan individu disabilitas melalui peningkatan keterampilan dan dukungan yang relevan, mereka dapat aktif berpartisipasi dalam sektor ekonomi dan mewujudkan potensi mereka dalam industri kreatif (Santoso, 2021).

Tujuan utama dari pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk mendukung pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) khususnya penyandang disabilitas yang tergabung

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

dalam Rumah Hebat Disabilitas (REHAT) di Kota Pasuruan dalam meningkatkan promosi produk mereka. Dalam kegiatan tersebut, pelaksana melakukan berbagai upaya, antara lain memberikan sosialisasi dan edukasi mengenai strategi pemasaran yang efektif kepada para pelaku UMKM, guna memperkuat kemampuan mereka dalam mengelola pemasaran produk secara online.

METODE

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan pada tanggal 12 hingga 13 April 2025, dengan partisipasi sebanyak 25 (dua puluh lima) pelaku usaha UMKM yang tergabung dalam Rumah Hebat Disabilitas (REHAT) dari Kota Pasuruan. Dalam pelaksanaan program ini, digunakan beberapa metode pendekatan, antara lain:

1. Sosialisasi Program Pengabdian kepada Masyarakat

Sosialisasi dilakukan dengan menyampaikan materi secara langsung kepada mitra pelaku usaha UMKM disabilitas Rumah Hebat Disabilitas Kota Pasuruan. Materi yang disampaikan berfokus pada permasalahan yang dihadapi oleh mitra, dengan tujuan meningkatkan pengetahuan dan pemahaman mereka sehingga dapat diaplikasikan dalam kegiatan usaha yang dijalankan.

2. Diskusi Interaktif

Setelah penyampaian materi, dilanjutkan dengan sesi diskusi berupa tanya jawab antara pemateri dan pengusaha peserta pelatihan. Dalam mempunyai tujuan untuk memperdalam pemahaman peserta terhadap materi yang telah disampaikan. Melalui pendekatan ini, proses sosialisasi tidak hanya bersifat transfer pengetahuan, tetapi juga menjadi wadah untuk berbagi pengalaman serta mendiskusikan permasalahan yang sedang dihadapi oleh para mitra.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan yang diselenggarakan oleh pelaksana pengabdian kepada masyarakat bagi penyandang disabilitas terdiri dari beberapa sesi, yaitu sebagai berikut:

1. Pada sesi pertama, materi yang disampaikan berfokus pada teknik pembuatan desain kemasan produk yang menarik. Desain kemasan merupakan salah satu komponen krusial yang dapat memperkuat identitas merek dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin kompetitif. Kemasan yang menarik dan berkualitas berfungsi sebagai pembeda produk yang ditawarkan dengan produk pesaing. Oleh karena itu, desain yang unik dan menarik pada kemasan harus mempertimbangkan berbagai aspek penting yang berkontribusi terhadap keberhasilan bisnis.
2. Sesi kedua menitik beratkan pada pembuatan konten promosi yang mudah diingat oleh konsumen. Untuk menghasilkan konten yang berkualitas, diperlukan pemahaman terhadap tren yang sedang populer di media sosial dengan memanfaatkan alat analisis media sosial. Salah satu sumber informasi tren dapat diakses melalui platform Epicbeat pada situs <https://startupresources.io/resource/epicbeat/>, yang memungkinkan identifikasi topik-topik yang tengah ramai diperbincangkan. Setelah tren yang relevan diidentifikasi, langkah selanjutnya adalah menyesuaikan tren tersebut dengan karakteristik bisnis yang dijalankan. Konten yang telah dibuat kemudian didistribusikan melalui berbagai channel online, seperti social media, jaringan internet dan platform promosi lainnya. Distribusi konten secara konsisten sangat penting untuk memperluas jangkauan audiens.
3. Pada sesi ketiga, materi yang diberikan berkaitan dengan strategi distribusi produk agar dapat sampai ke tangan pelanggan serta pemasaran secara online. Distribusi produk merupakan aspek vital dalam kegiatan bisnis, di mana pemahaman terhadap pola distribusi yang efektif dapat meningkatkan volume penjualan secara signifikan. Selanjutnya, untuk meningkatkan penjualan, pemasaran online menjadi langkah strategis yang dapat memanfaatkan berbagai platform digital seperti Instagram, TikTok, YouTube Shorts, dan aplikasi perpesanan WhatsApp. Dengan demikian, pelatihan ini memberikan pengetahuan komprehensif mulai dari desain produk,

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

pembuatan konten promosi, hingga strategi distribusi dan pemasaran digital untuk mendukung keberhasilan pelaku usaha penyandang disabilitas.



Gambar 1.

Implementasi Pemasaran Online UMKM Disabilitas Kota Pasuruan

KESIMPULAN

Kesimpulan

Pemahaman peserta dalam hal ini pelaku UMKM disabilitas Rumah Hebat Disabilitas (REHAT) Kota Pasuruan mengenai implementasi pemasaran online sebelum pengabdian kepada masyarakat mayoritas berada pada kategori yang kurang memahami pemanfaatan pemasaran online. Setelah kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan dan pemaparan materi dan implementasinya, didapatkan pemahaman dan pengetahuan peserta mengenai pemasaran melalui pemasaran online semakin meningkat.

Saran

1. Untuk pemerintah daerah supaya menambah fasilitas pelatihan dan pendampingan berkelanjutan dalam pemasaran digital khususnya bagi UMKM penyandang disabilitas agar mereka mampu mengelola akun media sosial, marketplace, dan website secara mandiri.
2. Untuk pelaku usaha disabilitas senantiasa membangun rasa percaya diri dan kemandirian dalam berkomunikasi dengan pelanggan melalui platform digital agar dapat meningkatkan loyalitas dan reputasi bisnis serta memaksimalkan penggunaan media sosial untuk membangun branding dan citra produk untuk lebih dikenal oleh konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, T. S. (2014). Dampak Program Kawasan Rumah Pangan Lestari (KRpL) Terhadap Pengeluaran Konsumsi Rumah Tangga (Studi Kasus Di Desa Pucangsari Kecamatan Purwodadi Kabupaten Pasuruan). *Agromix*.
- Amalia, F., & Nugroho, L. (2020). NoStrategi Penguatan UMKM Penyandang Disabilitas di Yogyakarta Title. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*.
- Dwiputra, R., & Barus, L. S. (2022). Peran Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Pemulihan Ekonomi Masyarakat Pasca Pandemi Covid-19 di Kawasan Kampung Tangguh Pluit-Penjarangan. *Jurnal Pembangunan Wilayah Dan Kota*, 18(1), 26–34. <https://doi.org/10.14710/pwk.v18i1.35033>
- Hartawan, I. N. B., Desnanjaya, I. G. M. N., Putra, P. S. U., Putri, N. W. S., & Mariani, W. E. (2022). Pelatihan Pengembangan Bisnis Berbasis Teknologi Bagi Penyandang Disabilitas. *Community: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 2(2), 63–73.

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



- Haryanto, R., Setiawan, A., Nurhayati, R., Gede, I., Mertayasa, A., & Nugraha, A. R. (2024). Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Di Era Society 5.0: Sebuah Literature Review. *Eduonomika*, 08(02), 1–10.
- Khairunnisa, C. M. (2022). Pemasaran Digital sebagai Strategi Pemasaran: Conceptual Paper. *JAMIN : Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 5(1), 98. <https://doi.org/10.47201/jamin.v5i1.109>
- Mahir, P. (2015). Klasifikasi Jenis-Jenis Bisnis E-Commerce. *Jurnal Neo-Bis*, 9(2), 32–40.
- Melina, S., & Sudrartono, T. (2023). E-Commerce Sebagai Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Di Distro Sprk.Apparel Bandung. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(1), 813–829. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i1.2925>
- Mumpuniarti, Ressa, N., & Kinasih, A. S. (2020). Disabilitas dan pendidikan kewirausahaan untuk kemandirian. *Jurnal Pendidikan Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 7(1), 1–12.
- Ratna Gumilang, R. (2019). Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(1), 9–14. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v10i1.25>
- Santoso, H. B., Wibowo, A., Siang, J. J., Delima, R., & Chrismanto, A. R. (2021). Pemberdayaan Kewirausahaan Berbasis Teknologi Informasi Bagi Masyarakat Penyandang Disabilitas Di Gunung Kidul. *Patria: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 1–11.