

## Pemberdayaan Disabilitas Melalui Inovasi Pemasaran Pada UMKM Inklusi Craft Kotamadya Balikpapan

### Empowerment of Disabilities Through Marketing Innovation in Inclusive Craft UMKM in Balikpapan City

Mardatillah<sup>1a</sup>, Muhammad Hidayat<sup>1</sup>, Erika Yuniar<sup>1</sup>, Alda Albania Arsyad<sup>1</sup>,  
Nurhidayah Syafiah<sup>1</sup>

<sup>1a</sup>STIE Madani Balikpapan; Jl Kapt P Tendean No 60 Balikpapan, Kaltim, Indonesia,  
email: marda.tillah95@stiemadani.ac.id

(Diterima: 05-12-2024; Ditelaah: 21-12-2024; Disetujui: 30-12-2024)

#### Abstrak

*Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang dikelola oleh Perkumpulan Penyandang Disabilitas Indonesia (PPDI) Balikpapan yang sekretariat resminya terletak di Kelurahan Telaga Sari memiliki potensi besar untuk berkembang, namun sering kali menghadapi tantangan dalam akses pasar. Pemanfaatan pemasaran digital menjadi solusi strategis untuk meningkatkan daya saing dan jangkauan pasar UMKM disabilitas. Tujuan pengabdian masyarakat ini adalah pendampingan UMKM Inklusi Craft yang berkaitan dengan pemasaran non digital dan pemasaran digital. Luaran yang penulis hasilkan adalah pemasaran non digital berupa mendesaian spanduk dan pemasangan di tempat sekretariat dan pelatihan pemasaran non digital bersama-sama UMKM lain di Kelurahan Telagasari dan Klandasan Ulu. Pemasaran digital yang dilakukan berupa pembuatan desain logo baru, akun sosial media, konten dan instagram ads untuk promosi. Setelah dilakukan pendampingan sebagai kegiatan pengabdian masyarakat ini para disabilitas telah memiliki pengetahuan dan ketrampilan untuk pengelolaan sosial media melalui pendampingan dan juga pelatihan pemasaran digital. Selain itu tersedia spanduk yang lebih menarik. Bukan hanya itu tersedia di platform instagram baik tampilan baru juga konten pemasaran dengan Instagram adv dengan durasi iklan. Namun demikian perlu pendampingan terus menerus dan penguatan agar lebih menarik dan berkelanjutan di masa depan.*

**Kata kunci:** Pemberdayaan Disabilitas, Pemasaran Digital, Pemasaran Non Digital, UMKM

#### Abstract

*Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) managed by the Indonesian Disability Association (PPDI) Balikpapan whose official secretariat is located in Telaga Sari Village have great potential to grow, but often face challenges in market access. The use of digital marketing is a strategic solution to increase the competitiveness and market reach of disabled MSMEs. The purpose of this community service is to assist Craft Inclusion MSMEs related to non-digital marketing and digital marketing. The output produced by the author is non-digital marketing in the form of designing banners and installing them at the secretariat and non-digital marketing training together with other MSMEs in Telagasari and Klandasan Ulu Villages. The digital marketing carried out is in the form of creating new logo designs, social media accounts, content and Instagram ads for promotion. After being assisted as a community service activity, the disabled have the knowledge and skills to manage social media through mentoring and digital marketing training. In addition, more attractive banners are available. Not only that, it is available on the Instagram platform, both a new look and marketing content with Instagram adv with ad duration. However, continuous support and strengthening are needed to make it more attractive and sustainable in the future.*

**Keywords:** Empowerment of Disabilities, Digital Marketing, Non Digital Marketing, MSMEs

## PENDAHULUAN

Disabilitas adalah kaum yang dipinggirkan dan disepelekan oleh masyarakat. Padahal keterbatasan dan kemampuan penyandang disabilitas ini tidak pernah penyandang disabilitas ingin. Namun hal ini tidak membuat penyandang disabilitas membuat para penyandang disabilitas mengalami hambatan dan kesulitan berinteraksi dengan lingkungan serta berpartisipasi secara penuh dan efektif khususnya pengembangan diri khususnya berinovasi menjadi kendala bagi kaum disabilitas. Penyandang disabilitas merupakan masyarakat yang memiliki keterbatasan indera dalam memahami lingkungan eksternalnya (Adawiyah & Jatmiko, 2021). Sejak adanya perubahan data disabilitas dari indikator kesehatan menjadi indikator kesejahteraan sosial, persoalan disabilitas menjadi masalah sektor sosial (Purnamasari, 2024). Sebagaimana pemberdayaan perempuan maka pemberdayaan disabilitas menjadi hal penting bagi perekonomian keluarga sebagaimana yang telah dilakukan oleh Mardatillah, dkk, (2024).

Pandangan masyarakat yang masih memandang sebelah mata terhadap penyandang disabilitas menyebabkan timbulnya rasa kurang percaya diri pada diri penyandang disabilitas, sehingga dampak dari kurang percaya diri yang dirasakan mengakibatkan aktualisasi diri para penyandang disabilitas menjadi terhambat, pesimistis, khawatir dan ragu-ragu menentukan pilihan dan takut bersaing dengan individu lainnya (Himawan & Batubara, 2022). Proses menambah keterampilan dan pengetahuan bagi kelompok difabel bisa diwujudkan sebagai program-program pemberdayaan. Dengan keterampilan yang dimilikinya maka para penyandang disabilitas ini dapat memenuhi kebutuhan sehari-harinya sehingga mengurangi ketergantungan kepada anggota keluarga lainnya (Kartinah et.al.,2024).

Sebagaimana pengabdian masyarakat yang dilakukan Mardatillah dkk (2024) dalam memberdayakan perempuan maka disabilitas ini juga memiliki keterbatasan dalam hal waktu, teknologi, ketrampilan, pengetahuan maupun dana. Penelitian sebelumnya juga pernah melakukan pemberdayaan masyarakat khususnya pada kaum disabilitas diantaranya penelitian Amalia, F., & Nugroho, L. (2020) melakukan strategi penguatan UMKM penyandang disabilitas. Atika, dkk (2024) melakukan pengembangan bisnis UMKM santri disabilitas tuna netra pada bidang inovasi dan pemasaran di Cianjur Jawa Barat. Mumpuniarti, dkk (2020) disabilitas dan pendidikan kewirausahaan untuk kemandirian. Army (2023) melakukan peningkatan kapasitas UMKM disabilitas Kota Magelang melalui pendampingan pendirian koperasi disabilitas Kota Magelang. Sawitri, A. P, dkk (2021) melakukan penguatan UMKM penyandang disabilitas Naeema melalui perijinan usaha dan modal usaha.

Bagi penyandang disabilitas, mencari pekerjaan sangatlah penting, seperti halnya bagi penyandang disabilitas yang memiliki kebutuhan mendasar lainnya seperti pendidikan, kesejahteraan, dan kenyamanan (Alizah et.al., 2023). Meskipun telah banyak perusahaan & instansi pemerintah yang mempekerjakan penyandang disabilitas tetapi, pemenuhan hak bagi penyandang disabilitas ini dalam kenyataannya masih jauh menurut apa yang pada cita-citakan (Rinaldi, 2023). Dari semua keterbatasan

ini yang paling ketinggalan adalah teknologi. Padahal di era saat ini pemasaran non digital tidak berjalan sendiri jika tidak didukung oleh pemasaran digital. Saat ini para disabilitas telah memiliki tempat yang strategis juga akun sosial media belum lagi bantuan csr dari perusahaan namun hasilnya tidak bisa berputar dan seperti diharapkan. Dengan adanya inovasi pemasaran ini maka kemudahan pelaku UMKM khususnya disabilitas untuk memperluas jaringan pemasarannya. Dan hal ini juga mendukung *branding* produk yang dihasilkan oleh disabilitas sebagaimana yang disampaikan oleh Budiwitjaksono, dkk (2022). Hal kondisi yang membuat penulis perlu melakukan pemberdayaan masyarakat melalui pendampingan inovasi pemasaran bagi disabilitas. Peran teknologi digital memiliki pengaruh yang signifikan terhadap UMKM, paradigma teknologi yang muncul memanfaatkan potensi UMKM yang lebih kuat serta berkelanjutan (Martoyo et al., 2024). Penggunaan promosi berbasis teknologi informasi tentunya akan sangat membantu memberikan pengaruh kepada masyarakat terkait dengan produk yang dimilikinya (Santoso, 2021). Perkembangan teknologi juga membawa dampak yang signifikan bagi para pelaku UMKM, sehingga, mau tidak mau, pelaku UMKM harus menyesuaikan diri dengan pemasaran yang dulunya secara konvensional saat ini beralih ke kontemporer (Rozaq, 2023).

Pengembangan inovasi yang dilakukan oleh STIE Madani sebagaimana bagian pengabdian masyarakat memilih pendampingan inovasi pemasaran melalui pendampingan masyarakat khususnya bagi disabilitas di UMKM *Inklusi Craft* yang merupakan usaha dari Persatuan Penyandang Disabilitas Indonesia Kotamadya Balikpapan. Alasan memilih disabilitas ini adalah permintaan dari lembaga pemberdayaan masyarakat dari Kelurahan Telagasari dan Persatuan Penyandang Disabilitas Indonesia yang mengeluhkan usaha pemasaran penyandang disabilitas yang tidak berkembang padahal telah memiliki akun sosial media, prospek dan lokasi juga variasi juga banyak namun tidak maksimal dan optimal. Rumusan masalah pemberdayaan disabilitas ini adalah bagaimana strategi pemasaran digital dan non digital. Dan tujuan pengabdian masyarakat ini adalah pendampingan UMKM Inklusi Craft yang berkaitan dengan pemasaran non digital dan pemasaran digital. Karena untuk beradaptasi dan bangkit di situasi sulit ini, UMKM harus mampu menentukan strategi pemasaran yang tepat, memiliki pengetahuan yang baik dan *absorptive capacity* dapat menciptakan eksistensi bisnis usaha yang produktif dan meningkat kinerja bisnisnya (Ajibulloh et al., 2023).

UMKM yang dinaungi oleh PPDJ Balikpapan terdiri dari produk anyaman, batik, manik-manik, hingga hidroponik. Banyak hal yang dihasilkan dari karya penyandang disabilitas seperti tas, dompet, tudung saji, dan lain-lain. Namun, di samping itu UMKM dari PPDJ Balikpapan ini hanya memasarkan produknya dari kegiatan acara tertentu saja. Pernah terpikirkan terkait memasarkan melalui online yakni dapat melalui sosial media. Namun, sosial media yang dulu belum bisa terakomodasi dengan baik, sehingga pemasaran penyandang disabilitas hanya melalui acara saja, tidak melalui online. Selain itu, penyandang disabilitas tidak mempunyai nama *brand* yang akhirnya tidak ada nama ciri khas dari produk penyandang disabilitas. Begitupun tidak adanya spanduk/banner

yang terpampang yang menunjukkan bahwa penyandang disabilitas juga mengolah suatu produk UMKM di sekretariat penyandang disabilitas.

Dalam hal pemasaran produk dari UMKM Disabilitas PPDI Kota Balikpapan, penyandang disabilitas melakukannya melalui pemasaran dari mulut ke mulut dan terutama dalam acara-acara tertentu. Adapun jika dalam pemasaran di dalam acara-acara tertentu, penyandang disabilitas membuka *booth* dalam acara tersebut dan melakukan penjualan dari produk yang penyandang disabilitas hasilkan terutama kriya. Dalam memasarkan produknya, penulis mendapatkan bahwa UMKM Disabilitas PPDI Balikpapan tidak mempunyai nama *brand* serta logo untuk produk-produk penyandang disabilitas. Nama *brand* sangat penting dalam memasarkan sebuah produk, dimana konsumen mengetahui produk yang kita jual dari namanya terlebih dahulu. Maka diperlukan sebuah nama *brand* dalam sebuah pengembangan produk UMKM. Demikian sama halnya dengan logo produk, banyak hal yang dilakukan oleh UMKM di luar sana dalam memasarkan produknya dengan melampirkan logo terkait dengan UMKM. Hal ini berguna dalam konsumen mengenal produk tersebut dengan melihat logo yang terpampang di luar kemasan produk. Logo yang digunakan ini sangat penting, dalam hal logo yang biasa terpampang di dalam produk kemasan pasti memiliki filosofi atau sejarah di dalam logo tersebut. Hal ini berguna dalam konsumen mengetahui ciri khas dari produk terlampir dengan logo yang terpampang tersebut.

Di dalam sekretariat PPDI Kota Balikpapan, terdapat banyak alat-alat yang ada dari para investor agar anggota PPDI Balikpapan dapat mengembangkan kerajinan tangan/kriya yang ada. PPDI Balikpapan mengembangkan berbagai jenis UMKM mulai dari hidroponik, anyaman, manik-manik, serta batik. Dalam hal mengembangkan hidroponik penyandang disabilitas mengembangkan tanaman seperti selada, lalu untuk hal anyaman penyandang disabilitas mengembangkan produk seperti tudung saji, vas bunga besar, tas belanja, dan lain-lain. Dalam hal mengembangkan produk manik-manik, penyandang disabilitas mengembangkan produk seperti pengait *handphone (strap handphone)*, dompet kecil, gelang, dan lain-lain. Dalam hal mengembangkan produk batik, penyandang disabilitas mengembangkan produk seperti bantal kursi, kain, serta *pouch*. Dalam melihat banyaknya produk yang dihasilkan, maka PPDI Balikpapan dapat mengembangkan sebuah UMKM dengan jenis Kriya (Kerajinan Tangan). Dalam hal ini, melihat banyaknya produk yang dibuat penulis dapat melihat potensi bahwa produk tersebut dapat ditingkatkan nilai jualnya. Dengan hal ini, penulis memiliki inovasi dalam mengembangkan produk yang ada agar nilai jualnya menjadi bertambah. Di luar halaman sekretariat PPDI Balikpapan hanya terdapat spanduk untuk hidroponik saja. Dalam hal ini, pengunjung yang melewati Sekretariat PPDI Balikpapan tentu tidak mengetahui produk lain selain hidroponik, hal ini diperlukan spanduk lain untuk mendukung produk yang lain terpampang di luar Sekretariat PPDI Balikpapan. Adanya kelompok usaha yang terdiri dari penyandang disabilitas juga akan memberi dampak positif pada masyarakat lain yang lebih beruntung kondisinya sehingga termotivasi untuk berwirausaha (Hartawan, 2022).

## METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan pemberdayaan disabilitas dibagi atas langkah-langkah sebagai berikut:

a. Tahap Perencanaan

Pada tahap ini penulis melakukan penyusunan perencanaan dengan menyusun tujuan kegiatan, menentukan langkah kerja dan menetapkan cara pengambilan data serta menganalisa data

b. Tahap Observasi

Pada tahap ini penulis melakukan kegiatan secara sistematis dan terarah serta memiliki tujuan dengan cara memperoleh sumber data yang dibutuhkan melalui pengamatan secara langsung dan tidak langsung dengan mendatangi kelurahan dan UMKM tersebut. Selanjutnya melakukan wawancara dengan menggali pemikiran dan pendapat secara detail dengan pihak kelurahan dan pelaku UMKM

c. Tahap Identifikasi Masalah

Pada tahap ini penulis memperjelas masalah yang akan dipecahkan dan mengajukan serangkaian pertanyaan yang berkaitan dengan permasalahan yang terjadi di kelurahan, baik dari segi pemasaran digital dan non digital

d. Tahap Pelaksanaan Kegiatan

Pada tahap ini penulis melakukan koordinasi dengan berbagai pihak agar dapat mendukung pelaksanaan kegiatan tersebut. Pada tahap ini juga penulis melakukan implementasi berupa pendampingan secara non digital untuk mendesain spanduk dan memasangkannya. Selanjutnya penulis membantu pemasaran secara digital melalui membuat akun sosial media Instagram juga branding di *instagram* membuat konten portofolio sebagai pemilik usaha dan terakhir pembuatan *instagram ads* untuk mengiklankan produk secara lebih masif.

## HASIL & PEMBAHASAN

Pelaksanaan pengabdian ini berlangsung selama 3 bulan, dimulai dengan perizinan di Kelurahan Telaga Sari setelah itu survey lapangan ke sekretariat PPDI didampingi oleh ibu PKK Kelurahan Telaga Sari dan juga para pengurus sekretariat dengan hasil bahwa sebagian besar pelaku usaha kesulitan dalam segi pemasaran. Adapun kegiatan yang telah dilakukan sebagai berikut:



Gambar 1. Perizinan Untuk Kegiatan Pendampingan UMKM di Sekretariat Disabilitas

Sebelum turun ke lapangan penulis melakukan perizinan kepada Ibu Lurah Kelurahan Telaga Sari dan untuk mengetahui UMKM di daerah tersebut yang bisa dijadikan tempat untuk melaksanakan pengabdian masyarakat. Penulis melakukan perizinan terhadap Kelurahan Telaga Sari dengan menemui Staf Pemberdayaan Masyarakat dan Sekretaris Lurah setempat. Penulis mendapatkan bahwasannya ada Kelompok Penyandang Disabilitas yang tergabung dalam PPD (Perkumpulan Penyandang Disabilitas Indonesia) Balikpapan mempunyai sekretariat resmi yang terletak di Kelurahan Telaga Sari. Adapun penulis menemukan fakta bahwasannya UMKM Disabilitas ini sudah lama berdiri dan mempunyai berbagai macam produk. Namun, produk tersebut belum maksimal terkait pemasarannya. Maka dari itu, sekretaris lurah Kelurahan Telaga Sari merekomendasikan untuk melakukan pengembangan inovasi pada UMKM Disabilitas PPD Balikpapan.

Perizinan ke kelurahan merupakan langkah utama dalam pengembangan inovasi UMKM Disabilitas untuk memastikan kegiatan berjalan sesuai dengan aturan yang berlaku dan mendapat dukungan dari pemerintah setempat. Melalui pengajuan izin, pengelola program dapat menjelaskan tujuan kegiatan, seperti melakukan pelatihan pemasaran digital atau pengembangan keterampilan kewirausahaan. Dukungan dari kelurahan juga mempermudah akses terhadap data komunitas lokal, membantu proses identifikasi peserta, serta memastikan program dapat terintegrasi dengan kebutuhan masyarakat sekitar. Dengan kolaborasi ini, program pengembangan inovasi dapat berjalan lebih efektif dan memberikan manfaat nyata bagi kelompok disabilitas maupun komunitas secara keseluruhan.



Gambar 2. Survey dan Perizinan UMKM

Penulis melakukan survey ke lokasi UMKM yang disarankan dari Kelurahan Telaga Sari, yaitu UMKM Disabilitas yang lokasinya berada di Jalan Telagasari II RT 36 No.7 Kecamatan Balikpapan Kota. Pada saat melakukan survey penulis didampingi oleh Ibu Sri Suhartini selaku bidang pemberdayaan masyarakat Kelurahan Telaga Sari. Penulis bertemu dengan Bapak Sugianto selaku ketua dari sekretaris PPD (Perkumpulan Penyandang Disabilitas) Kota Balikpapan untuk menanyakan permasalahan yang ada.



Gambar 3. Diskusi Tentang Program Kerja Bersama UMKM Kelompok Disabilitas

Penulis mengadakan diskusi untuk membahas program kerja yang akan dijalankan bersama teman-teman UMKM disabilitas. Diskusi tentang program kerja bersama UMKM kelompok disabilitas adalah forum penting yang bertujuan untuk merancang, mengembangkan, dan mengimplementasikan kegiatan yang mendukung pemberdayaan ekonomi kelompok disabilitas melalui sektor UMKM. Strategi pemasaran menjadi topik penting untuk memastikan keberlanjutan program. Diskusi ini tidak hanya bertujuan untuk memberdayakan ekonomi kelompok disabilitas, tetapi juga untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan potensi penyandang disabilitas sebagai bagian aktif dalam pembangunan ekonomi lokal.



Gambar 4. Logo dan nama baru untuk UMKM Disabilitas

Logo memiliki peran yang sangat penting bagi UMKM karena merupakan identitas visual utama yang mencerminkan nilai dan karakter bisnis. Sebagai elemen pertama yang sering dilihat oleh calon pelanggan, logo membantu menciptakan kesan awal yang kuat dan profesional. Dengan desain yang unik dan mudah dikenali, logo dapat membedakan UMKM dari pesaingnya, bahkan dalam industri yang sangat kompetitif. Identitas visual yang konsisten melalui logo juga membantu meningkatkan kesadaran merek di benak

pelanggan, sehingga penyandang disabilitas lebih mudah mengingat produk atau jasa yang ditawarkan. Selain sebagai simbol pengenalan, logo juga menjadi sarana komunikasi yang efektif untuk menyampaikan pesan bisnis. Warna, bentuk, dan elemen desain dalam logo dapat mencerminkan visi, misi, atau keunggulan UMKM. Misalnya, sebuah logo dengan desain modern dan minimalis mungkin menunjukkan inovasi, sementara logo dengan elemen tradisional bisa mencerminkan nilai-nilai budaya yang dijunjung. Dengan demikian, logo tidak hanya menjadi lambang estetika tetapi juga alat untuk memperkuat citra merek di mata konsumen.

Bagi UMKM, memiliki logo yang kuat juga memberikan keuntungan jangka panjang dalam membangun loyalitas pelanggan. Logo yang konsisten digunakan di berbagai media pemasaran, seperti kemasan, spanduk, hingga platform digital, membantu menciptakan pengalaman merek yang terpadu. Ketika pelanggan sering melihat logo tersebut, penyandang disabilitas akan lebih percaya dan merasa terhubung dengan bisnis tersebut. Oleh karena itu, investasi dalam desain logo yang berkualitas adalah langkah penting bagi UMKM untuk meningkatkan daya saing dan membangun reputasi yang baik di pasar. Logo dan nama UMKM memiliki peran yang sangat penting dalam membangun identitas, citra, dan daya saing sebuah usaha. Makna dari nama "*Inklusi Craft*" yaitu menyiratkan keterlibatan dan inklusi bagi semua, termasuk penyandang disabilitas, dalam kerajinan atau usaha kreatif. Warna yang ada di dalam logo menandakan warna yang ada di bendera disabilitas yaitu biru, kuning, merah, hijau, hitam yang ada semua dalam logo tersebut yang menandakan inklusi (keterlibatan semua). Adapun gambar tangan yang dimaksud merupakan kerajinan usaha kreatif yang dihasilkan dari UMKM penyandang disabilitas. Logo bentuk bulat menandakan satu kesatuan yang melingkar dan tidak pernah putus. Orang dalam logo tersebut berwarna warni yang menandakan keterlibatan semua orang bisa dalam usaha kreatif.



Gambar 5. Pendampingan Sosial Media Instagram

Pendampingan media sosial Instagram untuk UMKM disabilitas adalah upaya strategis untuk membantu pelaku usaha dari kelompok disabilitas memanfaatkan platform digital dalam mempromosikan produk atau jasa penyandang disabilitas. Kaplan dan Haenlin mendefinisikan media sosial merupakan sebuah grup aplikasi berbasis internet yang mempergunakan ideologi serta teknologi Web 2.0 yang memungkinkan pengguna saling bertukar informasi pada media tersebut (Pradana et al., 2024). Kegiatan

ini mencakup pelatihan penggunaan fitur-fitur Instagram, seperti pembuatan konten menarik, penggunaan hashtag yang relevan, serta pengelolaan akun secara profesional. Pendampingan ini juga bertujuan untuk meningkatkan visibilitas usaha, menjangkau lebih banyak pelanggan, dan membangun interaksi yang lebih erat dengan audiens. Dengan bimbingan yang tepat, UMKM disabilitas dapat memanfaatkan Instagram sebagai alat pemasaran yang efektif, memperluas pasar, dan menginspirasi masyarakat dengan keberagaman dan potensi yang dimiliki penyandang disabilitas. Media sosial memiliki peran penting dalam pemasaran karena dapat menjangkau audiens yang luas dengan biaya yang relatif rendah. Melalui sosial media, pelaku usaha dapat meningkatkan penjualannya, sosial media memberikan kemudahan bagi pelaku usaha untuk berbagi informasi mengenai produknya (Purnaningrum, 2021). Dengan miliaran pengguna aktif di berbagai platform, media sosial memungkinkan bisnis mempromosikan produk atau jasa penyandang disabilitas secara efisien tanpa batasan geografis. Selain itu, fitur seperti iklan berbayar, tagar, dan kolaborasi dengan influencer mempermudah bisnis menargetkan pasar yang spesifik sesuai dengan demografi, minat, dan perilaku konsumen. Hal ini menjadikan media sosial alat pemasaran yang sangat fleksibel untuk bisnis dari berbagai skala. Selain jangkauan yang luas, media sosial juga memberikan peluang untuk membangun hubungan yang lebih dekat dengan konsumen.

Melalui konten interaktif seperti komentar, polling, atau sesi tanya jawab, bisnis dapat berkomunikasi langsung dengan audiens penyandang disabilitas. Interaksi ini tidak hanya memperkuat loyalitas pelanggan tetapi juga memberikan wawasan yang berharga tentang kebutuhan dan preferensi penyandang disabilitas. Selain itu, media sosial memungkinkan konsumen memberikan ulasan dan testimoni yang dapat membangun reputasi bisnis di mata calon pelanggan lainnya. Dengan platform seperti instagram UMKM disabilitas dapat memperkenalkan keunikan produk penyandang disabilitas melalui konten visual yang menarik, seperti foto, video, dan cerita di balik proses pembuatan. Instagram hadir sebagai perwujudan kemajuan teknologi, penggunaannya telah berkembang dari hanya sekadar platform berjejaring sosial namun kini merambah menjadi platform untuk pemasaran (Izaak, 2022).

Hal ini membantu meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap usaha yang dijalankan oleh kelompok disabilitas, sekaligus membuka peluang pasar yang lebih luas tanpa batasan geografis. Selain itu, media sosial memungkinkan UMKM disabilitas untuk membangun identitas merek yang kuat dengan menonjolkan nilai inklusivitas dan kreativitas dalam setiap konten. Selain sebagai alat promosi, media sosial juga memberikan ruang bagi UMKM disabilitas untuk menjalin hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan. Melalui fitur seperti komentar, pesan langsung, atau polling di media sosial, penyandang disabilitas dapat berkomunikasi secara langsung dengan konsumen untuk memahami kebutuhan dan preferensi penyandang disabilitas. Hal ini tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan tetapi juga membangun loyalitas terhadap merek. Dengan memanfaatkan media sosial, UMKM disabilitas dapat menunjukkan bahwa penyandang disabilitas mampu bersaing di pasar digital sambil menginspirasi masyarakat untuk mendukung usaha yang inklusif dan berdaya saing.

Tampilan Instagram UMKM disabilitas sebelum dan sesudah diubah menjadi nama Inklusi Craft mencerminkan transformasi identitas dan strategi pemasaran usaha tersebut. Pada tahap sebelum pendampingan, akun Instagram mungkin terlihat kurang terorganisir, dengan konten yang tidak konsisten dalam hal tema, warna, dan gaya visual. Nama akun sebelumnya mungkin kurang mencerminkan nilai inklusivitas atau produk yang ditawarkan, sehingga menyulitkan audiens untuk memahami identitas usaha. Selain itu, deskripsi bio, highlight stories, dan penggunaan hashtag mungkin belum optimal untuk menarik perhatian dan meningkatkan interaksi. Setelah rebranding menjadi Inklusi Craft, tampilan after menunjukkan identitas yang lebih profesional dan inklusif. Nama "Inklusi Craft" menggambarkan keterlibatan kelompok disabilitas dalam menciptakan produk kreatif, yang memperkuat nilai merek. Konten Instagram dirancang dengan tema yang konsisten, penggunaan warna dan gaya visual yang mencerminkan nilai inklusivitas, serta fokus pada produk kerajinan yang dihasilkan. Pemasaran melalui sosial media memudahkan dalam mencari konsumen dan memberikan informasi yang menarik bagi konsumen dengan itu konsumen akan tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan (Pratama, 2022). Bio Instagram diperbarui untuk menjelaskan misi usaha secara singkat dan menarik, dilengkapi dengan link toko online atau kontak. Penggunaan hashtag yang relevan, postingan berkualitas tinggi, dan highlight stories yang informatif membantu meningkatkan engagement dan membangun kepercayaan audiens. Kemajuan teknologi internet, konsumen dapat saling berinteraksi dan bertukar informasi (Oviliani dalam Putri et.al., 2021).

Instagram menjadi salah satu platform media sosial yang sangat penting dalam pemasaran karena kemampuannya menyajikan konten visual yang menarik. Dengan lebih dari satu miliar pengguna aktif bulanan, Instagram memungkinkan bisnis untuk menjangkau berbagai segmen pasar, terutama generasi muda yang aktif di platform ini. Fitur-fitur seperti foto, video, Stories, Reels, dan IG Live memberi peluang bagi bisnis untuk menampilkan produk atau jasa secara kreatif dan menarik. Konten visual yang menarik ini tidak hanya meningkatkan daya tarik merek tetapi juga memudahkan konsumen memahami nilai dan manfaat dari produk yang ditawarkan. Selain itu, Instagram memungkinkan bisnis untuk membangun interaksi langsung dengan audiens penyandang disabilitas. Fitur seperti kolom komentar, *direct messages* (DM), dan *polling* di *stories* memberikan ruang bagi konsumen untuk berkomunikasi langsung dengan merek. Hal ini memperkuat hubungan emosional antara bisnis dan pelanggan, sehingga menciptakan loyalitas yang lebih tinggi. Ditambah lagi, penggunaan hashtag dan iklan berbayar di Instagram dapat membantu bisnis menjangkau pasar yang lebih luas dan spesifik, menjadikan platform ini sebagai alat pemasaran yang sangat efektif untuk meningkatkan brand awareness dan penjualan. Pada intinya pemberdayaan dilakukan untuk memperoleh keterampilan dan pengetahuan bagi penyandang disabilitas yang berguna untuk meningkatkan kapasitas dan kemampuannya (Rodia dalam Faujianto, 2023).



Gambar 6. Pemasangan Spanduk Di UMKM Inklusi Craf

Pemasangan spanduk di UMKM *Inklusi Craft* menjadi strategi promosi visual yang efektif untuk memperkenalkan produk kerajinan penyandang disabilitas kepada masyarakat. Spanduk tersebut dirancang dengan mencantumkan nama usaha, produk unggulan, seperti kerajinan tangan atau barang kreatif lainnya. Informasi penting seperti jenis produk yang dijual, kontak, lokasi usaha, dan akun media sosial juga disertakan untuk memudahkan calon pelanggan mengakses layanan. Dengan desain yang menarik dan informatif, spanduk ini tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi, tetapi juga memperkuat identitas merek Inklusi Craft, meningkatkan daya tarik visual usaha, serta menarik perhatian masyarakat lokal dan pengunjung untuk mendukung produk UMKM berbasis inklusivitas. Spanduk merupakan salah satu media pemasaran yang efektif karena mampu menarik perhatian masyarakat secara langsung. Dengan desain yang menarik dan lokasi pemasangan yang strategis, seperti di jalan utama atau area keramaian, spanduk dapat menjadi alat promosi yang mencolok dan mudah dilihat oleh berbagai kalangan. Spanduk juga membantu bisnis memperkenalkan produk, layanan, atau promo tertentu secara cepat kepada khalayak luas. Keunggulan lainnya adalah sifatnya yang tahan lama dan dapat digunakan untuk promosi dalam jangka waktu tertentu tanpa biaya tambahan setelah pemasangan. Selain itu, spanduk memiliki fleksibilitas dalam menyampaikan pesan. Informasi seperti nama merek, keunggulan produk, diskon, atau kontak dapat ditampilkan secara ringkas namun jelas, sehingga mudah dipahami oleh audiens. Kehadiran spanduk di area publik juga memberikan kesan profesional dan meningkatkan visibilitas bisnis, terutama bagi usaha lokal. Dengan biaya yang relatif terjangkau dibandingkan media promosi lainnya, spanduk menjadi pilihan yang tepat untuk bisnis yang ingin meningkatkan kesadaran merek di wilayah tertentu. Maka dari itu, penulis berniat untuk memasang spanduk UMKM Inklusi Craft agar masyarakat sekitar mengetahui produk-produk dari UMKM.



Gambar 7. Seminar Pemasaran Digital

Seminar pemasaran digital dilaksanakan pada tanggal 27 September 2024 dengan jumlah peserta sebanyak 30 UMKM dari Kelurahan Telaga Sari dan UMKM Klandasan Ulu. Sengaja penulis mengadakan seminar ini sebagai pelatihan bukan hanya UMKM disabilitas tapi semua UMKM yang ada di Kelurahan Telaga Sari dan Klandasan Ulu agar pendampingan penulis ke disabilitas bisa sekaligus dirasakan manfaatnya bagi UMKM lain. Dengan menggunakan platform online seperti media sosial, marketplace, dan website, UMKM dapat mempromosikan produk atau jasa penyandang disabilitas ke calon pelanggan dari berbagai daerah bahkan internasional. Ini memberikan peluang bagi UMKM untuk bersaing di pasar global dengan biaya yang jauh lebih terjangkau dibandingkan dengan pemasaran konvensional, seperti iklan cetak atau televisi. Selain itu, pemasaran digital memungkinkan UMKM untuk menargetkan audiens secara spesifik sesuai dengan kebutuhan dan preferensi penyandang disabilitas. Melalui fitur iklan berbayar di platform seperti Google Ads atau Facebook Ads, UMKM dapat menentukan segmen pasar berdasarkan usia, lokasi, minat, atau perilaku konsumen. Pendekatan yang lebih terfokus ini tidak hanya meningkatkan efektivitas kampanye pemasaran tetapi juga mengoptimalkan penggunaan anggaran yang terbatas. Pemasaran digital juga memberikan data dan analitik yang berharga bagi UMKM. Dengan memanfaatkan alat analitik seperti Google Analytics atau insight dari media sosial, UMKM dapat mengukur kinerja kampanye pemasaran penyandang disabilitas secara real-time. Data ini membantu UMKM memahami perilaku konsumen, mengidentifikasi strategi yang paling efektif, dan membuat keputusan berbasis data untuk meningkatkan penjualan. Hal ini sangat penting bagi UMKM untuk tetap adaptif terhadap perubahan pasar. Keunggulan lain dari pemasaran digital adalah fleksibilitas dalam berinteraksi dengan pelanggan. UMKM dapat memanfaatkan media sosial atau aplikasi pesan untuk berkomunikasi langsung dengan konsumen, menjawab pertanyaan, atau menanggapi keluhan. Hubungan yang lebih personal ini dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap bisnis dan memperkuat loyalitas penyandang disabilitas. Selain itu, konten interaktif seperti ulasan pelanggan atau video tutorial juga dapat membantu membangun citra merek yang positif. Terakhir, pemasaran digital membantu UMKM tetap relevan di era teknologi yang terus berkembang. Dengan konsistensi dalam memanfaatkan platform

digital, UMKM dapat meningkatkan kesadaran merek dan memperkuat posisi penyandang disabilitas di pasar. Kemampuan untuk berinovasi dan mengikuti tren digital juga membuat UMKM lebih siap menghadapi tantangan persaingan yang semakin ketat. Dengan memanfaatkan pemasaran digital secara optimal, UMKM dapat membuka peluang baru dan mengembangkan bisnis penyandang disabilitas secara berkelanjutan.

## KESIMPULAN

Pendampingan masyarakat bagi disabilitas melalui pemasaran non digital dan digital di Kelurahan Telagasari adalah membuat brand produk, membuat foto-foto hasil produk, spanduk juga membuat akun sosial media *instagram* sebagai media pemasaran digital. Akun sosial media tersebut sekarang dikelola secara mandiri. Kegiatan dilanjutkan dengan membuat katalog produk di sosial media *instagram*. Di dalam katalog produk yang penulis buat lebih menarik, *fashionable* dan informatif. Katalog produk tersebut diolah menjadi konten marketing di sosial media *intagram*. Pembuatan iklan produk dengan *intagram* ads. Penulis telah mendaftarkan konten pemasaran produk ke *instagram* ads dengan durasi iklan selama tujuh hari dan target konsumen usia 21 tahun ke atas. Selain itu, telah dilakukan pelatihan pemasaran digital sekaligus pembuatan spanduk dan pemasangannya.

Saran dari hasil pendampingan masyarakat khususnya bagi para disabilitas agar menguasai kebaharuan akun sosial media secara berkala. Hal ini mencakup pengenalan dasar tentang cara membuat dan mengelola akun media sosial, memahami fitur-fitur utama, serta menggunakan platform yang ramah disabilitas. Penyampaian materi sebaiknya disesuaikan dengan kebutuhan, seperti menyediakan tutorial berbasis visual, audio, atau teks yang lebih mudah dipahami. Selain itu, pelatihan dapat difokuskan pada pembuatan konten kreatif dengan memanfaatkan aplikasi sederhana untuk desain grafis dan video, serta mengajarkan dasar-dasar *storytelling* agar konten dapat menarik perhatian audiens.

## DAFTAR PUSTAKA

- A. A. Ajibulloh, A. I. Mahendra P, and N. Yudhistira, (2023) "Pelatihan Pemasaran Pada UMKM Sumber Sehat Sebagai Cara Untuk Memperkenalkan Produk," , 7 (1), 16–24.
- Adawiyah, P. R., & Jatmiko, H. (2021). PKMS Braille Digital Marketing UMKM Al Mumtaz Eduwisata Difabel Penyandang Disabilitas Tunanetra dan Daksa Ringan Era New Normal di Kabupaten Banyuwangi. *Journal of Community Development*, 2(1), 22-26.
- Alizah, B., Ilmiawati, D., Trisnawati, A., & Mawar, M. (2023). Analisis kebijakan pekerja penyandang disabilitas menurut UU No. 8 Tahun 2016 pada sektor BUMN. *Journal on Education*, 5(3), 8627-8639.
- Amalia, F., & Nugroho, L. (2020). Strategi penguatan UMKM penyandang disabilitas di Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 551-562.

- Army, Y., Nilasari, A. P., Bharata, R. W., Prasetyanto, P. K., & Lubis, R. K. (2023). Peningkatan Kapasitas UMKM Disabilitas Kota Magelang Melalui Pendampingan Pendirian Koperasi Disabilitas Kota Magelang. *Surya Abdimas*, 7(1), 177-182.
- Atika, A. R., Irdianty, A., Jumiadin, D., & Hendriawan, D. (2024). Pengembangan Bisnis UMKM Santri Disabilitas Tuna Netra pada Bidang Inovasi dan Pemasaran di Cianjur Jawa Barat. *Indonesian Journal of Humanities and Social Sciences*, 5(1), 367-378.
- Budiwitjaksono, Gideon Setyo, Putri, Rosanti Amalia, Anindiyadewi, Nabila Carissa, & Anggrainy, Nuria Puspita (2022). Pemberdayaan Masyarakat dalam Mengembangkan UMKM Melalui Digitalisasi di Kelurahan Benowo Kecamatan Pakal Kota Surabaya. *Literasi: Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*, 2, 615-624
- Faujianto, S. A., Rohmatiah, A., Iswati, R., & Lukito, M. (2023). Pemberdayaan Penyandang Disabilitas Melalui program Ketrampilan Handycraft Untuk mendorong Kemandirian Ekonomi di Paguyupan Disabilitas Krida Karya Mandiri. *Jurnal Terapan Abdimas*, 8(1), 58-64.
- 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.
- Himawan, A. F. I., & Batubara, R. W. (2022). Digital Commerce Berbasis Rehabilitasi Bersumberdaya Masyarakat Bagi Difabel SLB Kemala Bhayangkari Gresik. *Jurnal Pengabdian Manajemen*, 1(2), 75-80.
- Izaak, W. C., Pratama, G. I., Nurdianty, F. D., Pradana, N. A., & Prayoga, D. (2022). Optimalisasi Digital Marketing Melalui Instagram Sebagai Strategi Pemasaran Produk UMKM Di Kelurahan Medokan Semampir Kota Surabaya. *KARYA UNGGUL- Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 152-160.
- Kartinah, K., Surono, U. B., & Hutomo, S. G. (2024). Pemberdayaan Kelompok Difabel pada Usaha Pengolahan Singkong di Kelurahan Bangunkerto. *Archive: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 377-387.
- Mardatillah, Deno Rana, Brenda Chen, Nabilah Fadhilah, Yunita Sava. (2024) Pemberdayaan Perempuan Melalui Inovasi Pemasaran Pada UMKM Dapur Boncel di Kelurahan Sumber Rejo Kotamadya Balikpapan. *SWAGATI: Journal of Community Service*, 2 (1), 1-6.
- Mardatillah, Shofia Agustini, Ninda Diantika Ramadani, Sekar Aini, Syifa Damayanthi. (2023) Pemberdayaan Perempuan Melalui Inovasi Pemasaran Digital UMKM Guparove di Kelurahan Margo Mulyo Kecamatan Balikpapan Barat Kotamadya Balikpapan. Seminar Nasional Hasil Pengabdian Masyarakat dalam *The 6th Conference on Innovation and Application of Science and Technology (CIASTECH)*. Universitas Widyagama Malang.
- Martoyo, A., Lawu, S. H., Wardani, P. K., Purnamasari, W. I., & Hafighaniyyu, I. (2024). Optimalisasi Website Bycraft. Id Untuk Penjualan Produk Kerajinan Penyandang Disabilitas Desa Kreet Kabupaten Ponorogo. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(1), 85-98.

- Mumpuniarti, Ressa, N., & Kinasih, A. S. (2020). Disabilitas dan pendidikan kewirausahaan untuk kemandirian. *Jurnal Pendidikan dan Pemberdayaan Masyarakat*, 7(1), 1-12.
- Pradana, B. C. S. A., Farhanindya, H. H., & Ardiana, I. D. K. R. (2024). Inovasi Produk Kopicek (Kopine Wong Picek) Sebagai Upaya Pemberdayaan Kelompok Difabel Tunanetra Mata Hati. *Prima Abdika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(4), 807-820.
- Pratama, F. I., Sarwindah, S., Hegki, H., Septiani, I., Adinda, K. D., & Sundari, P. (2022). PERAN SOSIAL MEDIA SEBAGAI MEDIA PENINGKATAN PROMOSI DAN PENJUALAN BAGI UMKM. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(5), 4881-4886.
- Purnamasari, D. L., Kusuma, R. P., Kanivia, A., Fariza, M., Septian, W. E., & Supriyadi, A. (2024). KEGIATAN PEMBERDAYAAN ANAK-ANAK PENYANDANG DISABILITAS DALAM PROGRAM PEMASARAN HASIL KARYA PRODUK AKUAPONIK. *Jurnal Pengabdian UCIC*, 2(3).
- Purnaningrum, E., Dwiarta, I. M. B., Aripriabowo, T., Waryanto, R. B. D., & Prasetyo, A. (2021). Pemberdayaan UMKM Disabilitas Trenggalek untuk Peningkatan Pendapatan Pasca Pandemi melalui Upgrading Sosial Media. *Ekobis Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 94-99.
- Putri, A. Z. K., Apriyansyah, B., Pradani, A. A. I. P. C., Firdaus, F., Atthabrizi, O. C., Sakti, S. A. R., & Maulana, S. (2021, November). PEMBERDAYAAN PENGRAJIN DISABILITAS SURABAYA MELALUI FASHION BUSINESS DEVELOPMENT BERBASIS KEWIRAUSAHAAN SOSIAL MEMANFAATKAN TEKNOLOGI TEPAT GUNA. In *Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat (SEPAKAT)* (Vol. 2).
- Rinaldi, A. (2023). Penguatan SDM Disabilitas Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) kreatif Melalui Peningkatan Kompetensi dan Knowledge Management. *JAAMTER: Jurnal Audit Akuntansi Manajemen Terintegrasi*, 1(2), 111-119.
- Rozaq, A., Kurniawati, I. D., Yunitasari, Y., & STT, L. S. (2023). Pendampingan Pemasaran Produk UMKM Memanfaatkan Media Sosial Instagram dan Tiktok. *Jurnal Nusantara Berbakti*, 1(1), 88-95.
- 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.
- Sawitri, A. P., Asjari, F., Adi, B., & Utomo, S. P. (2021). Penguatan UMKM Penyandang Disabilitas Naeema Melalui Perijinan Usaha dan Modal Usaha. *Ekobis Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 80-87.