

Penguatan Kelompok Usaha Micro Difabel berbasis Digital Marketing di Komunitas dampingan JANGER Wedomartani Sleman Yogyakarta

Islamiyatur Rokhmah¹ Royan Utsani²

^{1,2}Prodi Fisioterapi Fakultas Ilmu Kesehatan UNISA Yogyakarta

*Email: islamiyatur.rokhmah@unisayogya.ac.id

Abstrak

Keywords:
usaha micro; difabel;
digital; marketing

Pengabdian masyarakat ini dilatarbelakangi karena banyaknya penyandang disabilitas di kecamatan Ngemplak Sleman Yogyakarta. Pada setiap Pertemuan yang diselenggarakan oleh PPDI [Persatuan Penyandang Disabilitas Indonesia] kecamatan Ngemplak Sleman kurang lebih ada sekitar 40 orang yang aktif menghadiri pertemuan tersebut. Munculnya pengusaha-pengusaha micro difabel belum diiringi dengan keterampilan pemasaran product baik online maupun offline. Hal ini menyebabkan pemasaran hasil product mereka hanya sebatas memenuhi pesanan pelanggan dan product mereka belum memiliki brand. Melihat kenyataan tersebut pengabdian masyarakat ini dimaksudkan untuk memberikan solusi dari persoalan tersebut dengan mengembangkan hasil produksi sehingga akan meningkatkan kualitas, dengan melakukan workshop bagi kelompok usaha difabel di komunitas dampingan JANGER di kecamatan Wedomartani Sleman Yogyakarta. Beberapa materi yang diberikan pada workshop tersebut adalah 1.) Akses permodal dan pelatihan, 2.) Pemetaan sumber referensi dan ide desain pengembangan usaha dan produk, 3.) Optimalisasi media sosial dalam pemasaran produk, 4.) Teknik penyajian gambar dan teks promosi yang menarik di media sosial.

1. PENDAHULUAN

Pergeseran cara pandang pemerintah dan masyarakat sejak tahun 1970-1980 terhadap difabel yang tadinya sebagai obyek menjadi subyek pembangunan berdampak pada keberdayaan dan kemandirian difabel dalam bidang ekonomi. Kabar baiknya, kini difabel dilihat sebagai kelompok yang berdaya dan mandiri sehingga banyak program dilakukan untuk mendorong kemandirian mereka.

Data Lembaga Penyelidikan Ekonomi dan Masyarakat (LPEM), Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Indonesia menyebut bahwa pada 2016 [1], jumlah

difabel di Indonesia hampir mencapai 30 juta jiwa atau 12,15 persen dari populasi. Masih dari sumber yang sama, 10,29 persen dari jumlah difabel tersebut merupakan kelompok difabel berkategori sedang dan 1,87 persen diantaranya termasuk dalam kelompok difabel berat. Terkait pendidikan, LPEM juga mencatat bahwa hanya 54,26 persen difabel yang meraih pendidikan setingkat SD ke atas. Sedangkan 45,74 persen difabel di Indonesia tidak lulus bahkan tidak pernah merasakan bangku pendidikan tingkat SD.

Berkaca pada jangkauan pendidikan para difabel di atas, tentu saja akan berpengaruh pada keterserapan mereka dalam

lapangan kerja. Nyatanya, di tahun yang sama ketersediaan tenaga kerja difabel Indonesia di angka 51,12 persen. Angka tersebut cukup rendah dibanding jumlah partisipasi tenaga kerja non-difabel yang mencapai 70,40 persen. Bahkan, hanya 20,27 persen penyandang disabilitas berkategori berat yang bekerja. Banyak penyebab yang melatarbelakangi situasi timpang seperti ini. Salah satunya stigma buruk yang langgeng di masyarakat terhadap difabel sehingga berujung pada diskriminasi. Hasil wawancara yang dilakukan kepada Ipung, aktivis difabel Yogyakarta yang juga tergabung dalam SIGAB, menyebut bahwa difabel kerap dianggap sebagai beban. [1]

Hal tersebut yang menggerakkan para difabel untuk mandiri dengan menjajaki pelbagai aktivitas yang mendatangkan pundi-pundi demi melanjutkan hidup. Beberapa diantara mereka fokus memenuhi kebutuhan masyarakat melalui usaha jasa dan produk. Wawancara dan observasi yang sudah dilakukan pada kelompok difabel di Ngaglik memperlihatkan bahwa sejauh ini mereka berkuat pada pengembangan ekonomi kreatif seperti membuat kerajinan berdasarkan pesanan. Tidak dipungkiri bahwa sudah banyak perhatian dari pemerintah maupun lembaga swadaya masyarakat (LSM) untuk mendekati usaha-usaha kreatif dalam mendorong kemandirian para difabel.

Keberagaman program tidak hanya pada upaya membangun fasilitas publik yang bisa diakses, tetapi juga aspek peningkatan kualitas SDM melalui berbagai program pelatihan oleh pemerintah maupun LSM. Tujuannya serupa: meningkatkan kualitas SDM agar mendorong difabel memiliki keterampilan yang sesuai dengan kebutuhan lapangan kerja.

Dalam perjalanannya, kelompok difabel masih kesulitan mengakses pasar yang cocok untuk menjual berbagai produk dan keahlian yang dihasilkan dari berbagai pelatihan keterampilan yang diikuti. Lebih lanjut, kelompok difabel juga memerlukan pengetahuan dan ragam referensi atas kebutuhan pasar. Termasuk di dalamnya adalah permasalahan pada minimnya inovasi sebuah produk yang dihasilkan serta diperlukan pula ruang-ruang untuk

mendekatkan pelaku usaha kelompok difabel terhadap akses modal.

2. METODE

Kegiatan rintisan yang akan dilaksanakan adalah pengenalan dan pendampingan dalam pendistribusian produk karya kelompok difabel berbasis teknologi informasi, karena bisnis secara online sekarang sudah menjadi trend masa kini dan memudahkan masyarakat yang membutuhkan tanpa harus mendatangi toko-toko tersebut. Untuk itu, workshop menjadi salah satu cara agar pelaku usaha memiliki ruang untuk mengasah keterampilan-keterampilan spesifik yang berkaitan dengan usaha kreatif melalui dunia digital, seperti:

- a. Akses permodal dan pelatihan
- b. Pemetaan sumber referensi dan ide desain pengembangan usaha dan produk)
- c. Optimalisasi media sosial dalam pemasaran produk
- d. Teknik penyajian gambar dan teks promosi yang menarik di media sosial

Selain itu kami percaya bahwa kolaborasi merupakan ide baik untuk bersama-sama menuju pada peningkatan ekonomi bagi siapapun tanpa memandang gender, usia, latar belakang pendidikan, lokasi mukim, termasuk para difabel. Oleh karena itu, kami berkolaborasi dengan kelompok-kelompok yang memiliki tujuan serupa, misalnya kelompok usaha JANGER yang memiliki pendampingan terhadap pengusaha difabel micro di kecamatan Wedomartani Sleman Yogyakarta. Tentu saja kegiatan ini tidak mengesampingkan pengalaman dan kemampuan pelaku kreatif difabel dalam mengelola usaha.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penyandang disabilitas yang merujuk pada UU No 8 tahun 2016 bab 1 pasal yang maknanya, "Penyandang disabilitas adalah setiap orang yang mengalami keterbatasan fisik, intelektual, mental, dan/atau sensorik dalam jangka waktu lama yang dalam berinteraksi dengan lingkungan dapat mengalami hambatan dan kesulitan untuk berpartisipasi secara penuh dan efektif dengan warga Negara lainnya berdasarkan kesamaan hak. [2]. Menurut Gillian Parker isu-isu gender dan disabilitas hampir seluruhnya

absen dari kebijakan pemerintah, baik yang menyangkut pendidikan, pekerjaan, dan yang lainnya. Sebenarnya, jika perempuan penyandang disabilitas memiliki akses ke pendidikan tinggi, maka ia dapat mengubah karier pekerjaannya. Namun, kebanyakan perempuan penyandang disabilitas dipangkas aksesnya ke perguruan. Hal demikian berkebalikan dengan yang dialami oleh laki-laki disabilitas. [3]

Pendekatan *social model*, merupakan perlawanan dari *individual model* dan *charity model*, yang *social model* memposisikan Kedisabilitas bukan dari diri individu atau keterbatasan fungsional psikologis, namun menempatkan masalah kecatatan pada posisi yang tepat dalam masyarakat. Disabilitas bukan keterbatasan individu namun kegagalan masyarakat dalam memberikan layanan yang tepat dan memadai dalam menjamin kebutuhan kaum disabilitas secara sepenuhnya oleh masyarakat, pemerintah, maupun organisasi sosial. [4]

Mengingat sempitnya lapangan pekerjaan bagi penyandang disabilitas, maka penguatan ketrampilan menjadi sesuatu keniscayaan untuk selalu digerakkan pada komunitas penyandang disabilitas.

Metode yang digunakan dalam penguatan ekonomi penyandang disabilitas dengan digital marketing disini melalui beberapa tahapan. Beberapa kegiatan yang sudah dilaksanakan adalah Focus Group Discussion Identifikasi Potensi Lokal, Pelatihan-pelatihan meliputi Manajemen Keuangan, Digital Marketing dan Teknik Penyajian gambar. Setelah Pelatihan-pelatihan selesai kemudian dilakukan pendampingan dan asistensi pemasaran produk kelompok PPDI pada Sosial Media (Face Book, Instagram, Google dll), setiap peserta pasca pelatihan dapat memuat akun face book dan instagram, dan email di gmail.

Pentingnya pengetahuan tentang digital marketing bagi penyandang disabilitas ini, mengingat bahwa teknologi digital telah mengubah cara manusia dalam berbicara, berkomunikasi, bertindak, dan mengambil keputusan. Digital marketing dapat didefinisikan sebagai kegiatan marketing termasuk branding yang menggunakan berbagai media berbasis website. Strategi digital marketing sudah seharusnya

diselaraskan dengan strategi organisasi. Dalam perkembangan teknologi digital yang sedemikian rupa, organisasi kadang tergoda untuk tidak mendengarkan atau melihat apa yang diinginkan pasar. Sering kali dengan kemajuan teknologi yang ada, organisasi bisnis tergoda untuk menunjukkan kecanggihan teknologi yang dimiliki tanpa mendengar apa kata pasar. Organisasi dapat belajar mengenai listening dengan menyediakan ruang bagi pelanggan atau komunitas untuk berkomentar di website, blog, bahan jejaring social seperti Facebook atau Twitter yang sengaja dibuat. Internet bisa menjadi wadah kreativitas dan inovasi bagi pengguna. Selain itu, kecanggihan informasi internet sangat membantu pebisnis dalam mengembangkan usahanya. [5,6] Maka dari itu menilik pentingnya pasar digital, oleh karena itu para penyandang disabilitas juga harus turut andil bagian dalam menguasai digital marketing agar produk-produk mereka juga dapat layak jual di pasar social media.

Tahapan pelaksanaan pengabdian masyarakat ini meliputi pertama adalah mengidentifikasi ketrampilan yang dimiliki oleh penyandang disabilitas, setelah teridentifikasi membentuk beberapa kelompok sesuai minat dan bakat ketrampilan yang dimiliki (yakni: menjahit, makanan, sablon, ukir kayu). Tahap kedua adalah melakukan beberapa pelatihan yakni manajemen keuangan, akses permodalan, desain pengembangan usaha, pemasaran produksi, digital marketing, dan teknik pengambilan gambar yang menarik di social media, pada tahap ini juga dipilih 10 orang yang terampil untuk menjadi kader digital marketing diharapkan kedepannya akan mendampingi anggota PPDI yang lain. Tahap ketiga adalah pendampingan dan asistensi kepada beberapa kelompok usaha penyandang disabilitas dari membuat akun media social sampai mengupload gambar-gambar product di media social yang sudah dibuat.

Setelah pelatihan digital marketing, maka dapat dilihat perkembangan peserta pasca pelatihan ketika peserta pelatihan berpartisipasi aktif dalam kegiatan pelatihan maka akan mendapatkan banyak pengetahuan karena semakin banyak informasi yang didapatkan dan peserta pelatihan dapat menerapkan secara langsung seperti membuat

akun gmail, isntagram dan face book, selama pelatihan mereka dengan seksama memperhatikan pelatihan dan kemudian langsung dibimbing oleh fasilitator untuk membuat akun media social, maka peserta dapat menggunakan akun ini dalam mengembangkan usaha mereka. Peningkatan keterampilan tidak hanya sebatas dalam tataran kognitif saja, namun dalam pelatihan digital marketing ini peserta juga mendapatkan pengalaman berlatih membuat akun medsos sendiri secara langsung. Hal semacam ini sesuai dengan perkembangan skills dari pelatihan harus melewati tiga fase yaitu fase kognitif, fase asosiatif, dan fase autonomi. [7]

3 KESIMPULAN

Pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa beberapa materi yang diberikan pada workshop tersebut adalah 1.) Akses permodal dan pelatihan, 2.) Pemetaan sumber referensi dan ide desain pengembangan usaha dan produk, 3.) Optimalisasi media sosial dalam pemasaran produk, 4.) Teknik penyajian gambar dan teks promosi yang menarik di media sosial.

UCAPAN TERIMAKASIH (jika ada)

Terimakasih yang sebanyak-banyaknya diucapkan kepada LPPM UNISA yang telah medanai penelitian ini sehingga terbitlah artikel yang sangat bagus untuk menjadi rekomendasi bagi kemajuan masyarakat

khususnya penanganan bagi keluarga yang menikah di usia muda di kecamatan Dukun Kabupaten Magelang Jawa Tengah.

REFERENSI

- [1] <https://www.rappler.com/indonesia/berita/155758-sebab-solusi-partisipasi-penyandang-disabilitas-tenaga-kerja>, diakses pada 11 November 2018
- [2] Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 tahun 2016 Tentang Penyandang Disabilitas
- [3] G. Parker, C. Grebe, M. Hirst, M. Hendey, G. Pascall, *Double Discrimination? Gender and Disability in Access to the Labour Market*, (University of York: Social Policy Research Unit, 2008), hlm. 27.
- [4] Michael Oliver, *Understanding Disability from Theory to Practice* (New York: Palgrave, 1996), hlm 30-31
- [5] Kosasi, S Pembuatan Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web Untuk Memperluas Pangas Pasar. *Prosiding SNTIF Ke-1 Tahun 2014*. Fakultas Teknik-Universitas Muria Kudus. 2014. 225-232
- [6] Supriyanto. Pemberdayaan Teknologi Informasi untuk Keunggulan Bisnis, *Jurnal Ekonomi & Pendidikan*, 2014, hlm 99-112.
- [7] Randal, R.& Arnold, J.. *Work Psychologist: Understanding Human Behavior in the Wokrplace*, London: Person Education Lmi 2010

Gambar



Gambar 1. Pelatihan Digital Marketing untuk Divabel di Ngemplak