

## **Peningkatan Potensi dan Kemandirian Difabel di YPAC Surakarta dalam Berwirausaha melalui Pemanfaatan *Social Media Marketing***

**Binugraheni Indah Budiayati<sup>1</sup>, Denia Puan Maharani<sup>2</sup>, Pinkan Yulia Salwa<sup>3</sup>, Deni Aditya Susanto<sup>4</sup>**

<sup>1,2,3,4</sup> Ekonomi Pembangunan, Universitas Muhammadiyah Surakarta  
e-mail: [b300230134@student.ums.ac.id](mailto:b300230134@student.ums.ac.id)

### **Abstrak**

Pemanfaatan media sosial sebagai platform pemasaran kreatif di YPAC Surakarta memiliki potensi yang sangat besar untuk meningkatkan kemandirian dan kesejahteraan penyandang disabilitas melalui pengembangan keterampilan wirausaha yang dibutuhkan di era digital saat ini. Dalam program ini, peserta disabilitas diberikan pelatihan pemasaran digital yang komprehensif, meliputi berbagai aspek seperti pembuatan konten kreatif, pengelolaan akun media sosial, serta strategi penjualan yang efektif dan efisien. Dengan keterampilan ini, mereka dapat mempromosikan produk mereka lebih luas, menjangkau audiens yang lebih luas, dan meningkatkan visibilitas produk unik yang mereka tawarkan, seperti kerajinan tangan dari limbah, termasuk batik tulis yang bernilai seni tinggi. Selain itu, pemanfaatan media sosial memungkinkan penyandang disabilitas berinteraksi langsung dengan konsumen, mendapatkan umpan balik, dan membangun komunitas yang suportif, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kepercayaan diri dan motivasi mereka dalam berwirausaha. Inisiatif ini tidak hanya mendorong kreativitas dan inovasi di kalangan penyandang disabilitas, tetapi juga memberi mereka kesempatan untuk berkontribusi secara ekonomi dan sosial di masyarakat, sehingga menciptakan lingkungan yang lebih inklusif dan memberdayakan. Program ini diharapkan dapat menjadi model pemberdayaan penyandang disabilitas di wilayah lain, sekaligus menginspirasi lebih banyak individu untuk melihat potensi dan kemampuan penyandang disabilitas dalam dunia kewirausahaan.

**Kata Kunci:** *Difabel, Pemasaran Media Sosial, Pemasaran Kreatif*

### **Abstrak**

The utilization of social media as a creative marketing platform at YPAC Surakarta has enormous potential to improve the independence and welfare of people with disabilities through the development of skills of an entrepreneur that are necessary for the ongoing digital age. In this program, participants with disabilities are given comprehensive digital marketing training, covering various aspects such as creative content creation, social media account management, and effective and efficient sales strategies. With these skills, they can promote their products more widely, reach a larger audience, and increase the visibility of the unique products they offer, such as handicrafts produced from waste, including batik patches that have high artistic value. In addition, the utilization of social media allows people with disabilities to interact directly with consumers, get feedback, and build a supportive community, which in turn can boost their confidence and motivation in entrepreneurship. This initiative not only encourages creativity and innovation among people with disabilities, but also provides them with opportunities to contribute economically and socially in society, thus creating a more inclusive and empowering environment. This program is expected to become a model for empowering people with disabilities in other regions, as well as inspiring more individuals to see the potential and abilities of persons with disabilities in the world of entrepreneurship.

**Keywords:** *Difable, Social Media Marketing, Creative Marketing, independence*

## PENDAHULUAN

Pengabdian ini diselenggarakan sebagai upaya untuk memberdayakan penyandang difabel YPAC Surakarta adalah lembaga sosial yang menyelenggarakan Sekolah Luar Biasa (SLB) bagi anak-anak penyandang disabilitas, yang terletak di Jl. Slamet Riyadi No. 364, Laweyan, Surakarta, dan bertujuan memberikan pendidikan serta pelatihan keterampilan agar para siswa dapat mandiri dan berdaya setelah lulus. Dalam era digital saat ini, media sosial telah menjadi alat yang sangat efektif untuk mempromosikan produk dan jasa, terutama bagi usaha mikro dan kecil. Dengan mengadakan pelatihan digital marketing, kami bertujuan untuk memberikan keterampilan yang diperlukan agar penyandang difabel dapat memanfaatkan platform ini secara optimal. Pelatihan ini mencakup pembuatan konten kreatif, pengelolaan akun media sosial, serta strategi pemasaran yang dapat meningkatkan visibilitas dan daya saing produk mereka di pasar. Penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dapat meningkatkan akses pasar bagi pelaku usaha kecil, termasuk penyandang difabel, sehingga mereka dapat mencapai kemandirian ekonomi dan meningkatkan kualitas hidup mereka (Sari, 2020).

Dalam proposal pengabdian ini juga bertujuan untuk mengubah persepsi masyarakat terhadap penyandang difabel dengan menunjukkan bahwa mereka memiliki potensi yang sama untuk berwirausaha dan berkontribusi dalam ekonomi lokal. Melalui keberhasilan mereka dalam memanfaatkan media sosial, diharapkan akan muncul inspirasi bagi individu lain dan menciptakan lingkungan yang lebih inklusif. Menurut Nugroho (2021), keberhasilan penyandang difabel dalam berwirausaha tidak hanya memberikan dampak positif bagi individu tersebut, tetapi juga dapat mengurangi stigma dan meningkatkan penerimaan masyarakat. Kami berharap bahwa program ini tidak hanya memberikan manfaat langsung bagi peserta, tetapi juga dapat menjadi model bagi inisiatif serupa di daerah lain, sehingga lebih banyak penyandang difabel yang mendapatkan kesempatan untuk berkembang dan berpartisipasi dalam masyarakat

Dalam upaya meningkatkan kemampuan berwirausaha penyandang difabel di YPAC Surakarta, salah satu permasalahan utama yang dihadapi adalah kesulitan dalam memasarkan produk, khususnya perkusimusi yang dirancang untuk anak-anak difabel. Meskipun produk ini memiliki nilai edukatif dan terapeutik yang tinggi, banyak penyandang difabel dan pengelola YPAC yang tidak memiliki pengetahuan yang memadai tentang strategi pemasaran yang efektif. Hal ini menyebabkan produk perkusimusi tersebut tidak dikenal luas oleh masyarakat, sehingga potensi pasar yang ada tidak dapat dimanfaatkan secara optimal. Menurut Sari (2020), banyak pelaku usaha mikro yang tidak memanfaatkan teknologi digital untuk memasarkan produk mereka, yang mengakibatkan rendahnya visibilitas dan daya saing di pasar.

Selain itu, stigma sosial yang melekat pada penyandang difabel juga menjadi tantangan signifikan dalam pemasaran perkusimusi. Masyarakat seringkali memiliki pandangan yang skeptis terhadap produk yang dihasilkan oleh penyandang difabel, yang dapat mengurangi minat konsumen untuk membeli. Hal ini diperparah oleh kurangnya representasi penyandang difabel dalam industri kreatif, yang membuat produk mereka sering kali dianggap kurang berkualitas. Nugroho (2021) mencatat bahwa persepsi negatif ini dapat menghambat partisipasi penyandang difabel dalam kegiatan ekonomi, sehingga mereka tidak dapat berkontribusi secara maksimal dalam masyarakat. Oleh karena itu, penting untuk mengubah pandangan masyarakat terhadap produk yang dihasilkan oleh penyandang difabel agar mereka dapat lebih diterima di pasar.

Keterbatasan akses terhadap teknologi informasi dan komunikasi juga menjadi permasalahan yang signifikan dalam memasarkan perkusimusi. Banyak penyandang difabel yang tidak memiliki akses yang memadai terhadap perangkat teknologi yang diperlukan untuk memanfaatkan media sosial sebagai platform pemasaran. Selain itu, kurangnya pemahaman tentang cara menggunakan media sosial secara efektif untuk tujuan bisnis juga menjadi kendala. Prasetyo (2022) menyatakan bahwa akses yang terbatas terhadap teknologi dapat menghambat kemampuan penyandang difabel untuk bersaing di pasar yang semakin digital. Oleh karena itu, pengabdian ini bertujuan untuk memberikan pelatihan yang sesuai dan mendukung penyandang difabel dalam mengembangkan strategi pemasaran yang efektif, sehingga produk perkusimusi mereka dapat dikenal dan diterima oleh masyarakat luas.

## **Solusi yang Ditawarkan**

Pada tahap ini, tim pengabdian melakukan kegiatan berupa observasi dan wawancara. Kegiatan ini bertujuan untuk menggali informasi terkait potensi penggunaan teknologi digital di YPAC Surakarta dalam peningkatan bisnis. Adapun kegiatan yang dilakukan yaitu melalui tindakan, motivasi ketertarikan, dan keterampilan secara optimal.

## **Sosialisasi Pemasaran Digital**

Tahap sosialisasi ini, tim pengabdian memberikan sosialisasi berupa penyuluhan kepada difabel YPAC Surakarta terkait tahapan marketing melalui platform digital guna mendukung pemasaran mereka. Digital marketing dapat diartikan sebagai pemasaran di mana pesan dikirim menggunakan media yang tergantung pada teknologi digital. (Arumsari et al., 2022). Pada kegiatan ini menggunakan metode presentasi. Kegiatan ini diberikan sebagai sarana untuk meningkatkan kesadaran pemahaman dan pengetahuan kepada masyarakat akan pentingnya digital sebagai alat untuk meningkatkan pemasaran yang efektif dan efisien. Pemasaran digital memungkinkan semua jenis bisnis. Media sosial menjadi salah satu sarana untuk menciptakan komunikasi bisnis dengan para pelanggan dan konsumen. (Maria et al., 2024). Adapun beberapa macam sosialisasi yang diterima difabel pelaku usaha dalam menggunakan platform digital, yaitu cara mendaftar, mengunggah produk, mengelola transaksi, dan bagaimana cara berinteraksi dengan pelanggan.

## **Pelatihan Pembuatan Akun**

Pada tahap pelatihan ini sasaran pesertanya adalah difabel YPAC Surakarta khususnya difabel tuna daksa. Pelatihan adalah bagian dari pendidikan yang merupakan sarana pembinaan dan pengembangan karir serta salah satu upaya untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia sesuai dengan kebutuhan pekerjaan (Fazrina, 2016). Pada kegiatan ini diberikan pelatihan secara langsung kepada peserta bagaimana cara mendaftar akun khususnya *WhatsApp Business* dan cara penggunaannya mulai dari sebagai media pemasaran dalam peningkatan penjualan produk hasil karya mereka. *WhatsApp Business* dapat menjadi alat pemasaran yang sangat efektif jika digunakan dengan strategi yang tepat, terutama untuk usaha mikro dan kecil. Kecakapan perusahaan dalam mengidentifikasi perubahan pola pasar yang semakin mengarah pada mobilitas tinggi dan kebutuhan akses informasi produk secara cepat menjadi strategi penting dalam perencanaan pemasaran. Pemanfaatan *WhatsApp Business* memungkinkan pelanggan untuk memperoleh informasi terkait produk atau paket baru dari perusahaan secara real-time. (Hendriyani et al., 2020) Sehingga kegiatan ini dapat memberikan edukasi Digital Marketing yang diharapkan dapat membekali pelaku usaha dalam melakukan pemasaran produk secara digital dengan berbagai platform digital yang terus berkembang di era saat ini.

Demi perkembangan zaman, penggunaan media sosial kini telah menjadi jauh lebih efektif untuk mempromosikan produk dan jasa, terutama bagi usaha mikro dan kecil. Dengan mengadakan pelatihan digital marketing, kami bertujuan untuk memberikan keterampilan yang diperlukan agar penyandang difabel dapat memanfaatkan platform ini secara optimal. Pelatihan ini meliputi pembuatan konten kreatif, pengelolaan akun media sosial, dan metode pemasaran yang dapat meningkatkan visibilitas dan daya saing produknya di pasar. Penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dapat meningkatkan akses pasar bagi pelaku usaha kecil, termasuk penyandang difabel, sehingga mereka dapat mencapai kemandirian ekonomi dan meningkatkan kualitas hidup mereka (Sari, 2020).

Dalam artikel pengabdian ini bertujuan untuk mengubah persepsi masyarakat terhadap penyandang difabel dengan menunjukkan bahwa mereka memiliki potensi yang sama untuk berwirausaha dan berkontribusi dalam ekonomi lokal. Melalui keberhasilan mereka dalam memanfaatkan media sosial, diharapkan akan muncul inspirasi bagi individu lain dan menciptakan lingkungan yang lebih inklusif. Menurut Nugroho (2021), keberhasilan penyandang difabel dalam berwirausaha tidak hanya memberikan dampak positif bagi individu tersebut, tetapi juga dapat mengurangi stigma dan meningkatkan penerimaan masyarakat. Kami berharap bahwa program ini tidak hanya memberikan manfaat langsung bagi peserta, tetapi juga dapat menjadi model bagi inisiatif serupa di daerah lain, sehingga lebih banyak penyandang difabel yang mendapatkan kesempatan untuk berkembang dan berpartisipasi dalam masyarakat.

## METODE

Program pengabdian ini menggunakan pendekatan pelatihan berbasis praktik yang bertujuan untuk melakukan pemberdayaan penyandang difabel dalam memanfaatkan media sosial, khususnya *WhatsApp Business*, sebagai sarana pemasaran produk. Metode ini digunakan untuk menggali secara mendalam pengalaman peserta selama mengikuti pelatihan, tantangan yang dihadapi, serta dampak yang dirasakan setelah kegiatan berlangsung. Pelaksanaan pengabdian ini terdiri atas dua tahapan utama, yaitu tahap persiapan dan tahap pelaksanaan kegiatan.

Tahap persiapan dilakukan selama kurang lebih satu bulan sebelum pelaksanaan kegiatan utama. Pada tahap ini, tim pengabdian melakukan survei awal ke YPAC Surakarta untuk mengidentifikasi potensi dan kebutuhan peserta difabel terkait pemasaran digital. Survei dilakukan melalui observasi dan wawancara informal dengan pihak pengelola serta calon peserta. Selain itu, tim pengabdian juga menyusun materi pelatihan yang disesuaikan dengan tingkat pemahaman peserta, menyiapkan perangkat pendukung (seperti laptop, proyektor, dan koneksi internet), serta menata tempat kegiatan agar ramah dan nyaman bagi difabel. Tahap ini juga mencakup koordinasi dengan pihak YPAC dan perizinan teknis agar kegiatan dapat berjalan lancar.

Tahap pelaksanaan kegiatan dilakukan dalam waktu satu hari penuh, dengan melibatkan 20 penyandang difabel yang telah dipilih melalui teknik purposive sampling. Pelatihan dimulai dengan sesi pengenalan konsep digital marketing, pentingnya branding, dan potensi *WhatsApp Business* sebagai alat pemasaran modern yang sederhana namun efektif. Setelah itu, peserta dibimbing secara langsung untuk membuat akun *WhatsApp Business*, mengisi profil bisnis, mengunggah katalog produk, serta memahami fitur-fitur penting seperti balasan cepat, pesan otomatis, dan label pelanggan.

Selama kegiatan berlangsung, tim pengabdian melakukan observasi partisipatif untuk mencatat keterlibatan peserta, antusiasme, dan kendala teknis yang dihadapi. Proses pembelajaran bersifat interaktif, dan peserta diberi kesempatan langsung mempraktikkan materi yang disampaikan. Selain itu, dokumentasi berupa foto kegiatan, rekaman praktik penggunaan *WhatsApp Business*, serta hasil katalog produk yang dibuat peserta dikumpulkan sebagai data pelengkap. Setelah pelatihan, dilakukan wawancara evaluatif singkat guna mengetahui perubahan pemahaman peserta serta dampak langsung yang dirasakan terhadap motivasi berwirausaha. Data dari observasi dan wawancara kemudian dianalisis secara tematik untuk mengidentifikasi pola-pola penting seperti peningkatan keterampilan digital, kendala penggunaan teknologi, dan antusiasme terhadap pemasaran daring.

Untuk menjaga validitas data peneliti menggunakan teknik triangulasi, yakni membandingkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi. Selain itu, dilakukan member checking dengan mengonfirmasi hasil analisis kepada peserta untuk memastikan bahwa narasi yang dibangun sesuai dengan pengalaman mereka. Kegiatan ini juga menjunjung tinggi etika penelitian, dengan terlebih dahulu menjelaskan tujuan kegiatan dan memperoleh persetujuan dari para peserta. Identitas mereka dijaga kerahasiaannya dan seluruh data hanya digunakan untuk keperluan akademik dan laporan program. Dengan metode ini, diharapkan program pengabdian dapat memberikan pemahaman yang mendalam mengenai proses pemberdayaan penyandang difabel melalui pelatihan digital marketing, serta menunjukkan bagaimana media sosial seperti *WhatsApp Business* dapat dimanfaatkan secara optimal untuk mendukung kemandirian ekonomi mereka.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pelatihan pemasaran digital menggunakan platform *WhatsApp Business* yang diselenggarakan di YPAC Surakarta selama satu hari menunjukkan hasil yang menggembirakan dalam konteks pemberdayaan penyandang disabilitas. Kegiatan ini diikuti oleh 20 peserta difabel yang memiliki latar belakang dan kemampuan yang beragam, baik dari segi pendidikan, pengalaman berwirausaha, maupun tingkat literasi digital. Secara umum, pelatihan ini memberikan dampak langsung terhadap peningkatan pemahaman, keterampilan teknis, serta motivasi berwirausaha peserta. Pelaksanaan pelatihan dimulai dengan sesi pengenalan mengenai konsep pemasaran digital. Pada sesi ini, fasilitator menjelaskan pengertian dasar digital marketing,

pentingnya pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi usaha, serta keunggulan *WhatsApp Business* sebagai salah satu platform yang mudah diakses dan digunakan oleh pelaku usaha mikro, termasuk oleh penyandang disabilitas. Peserta diberi pemahaman bahwa media sosial bukan hanya alat komunikasi sosial, melainkan juga dapat menjadi strategi efektif untuk memperluas jangkauan pasar dan menjalin hubungan dengan pelanggan secara profesional.

Berdasarkan hasil observasi selama pelatihan, sebagian besar peserta terlihat antusias dan terlibat aktif dalam setiap sesi. Peserta tidak hanya mendengarkan materi, tetapi juga mengajukan pertanyaan yang relevan, berdiskusi dengan fasilitator, dan menunjukkan keingintahuan yang tinggi mengenai praktik penggunaan *WhatsApp Business*. Meskipun beberapa peserta semula merasa canggung karena belum terbiasa menggunakan fitur-fitur digital, suasana pelatihan yang inklusif dan interaktif membantu mereka lebih mudah dalam beradaptasi. Pada sesi praktik, peserta secara langsung dibimbing untuk mengunduh, menginstal, dan membuat akun *WhatsApp Business*. Setelah berhasil membuat akun, peserta melanjutkan ke tahap pengisian profil bisnis, termasuk menambahkan nama usaha, deskripsi singkat, alamat, serta jam operasional. Fasilitator memberikan contoh konkret mengenai profil bisnis yang baik dan dapat menarik minat pelanggan. Setelah profil disusun, peserta diajarkan cara mengunggah produk ke dalam katalog *WhatsApp Business*, termasuk cara mengambil foto produk yang menarik, menuliskan deskripsi produk yang informatif, dan mencantumkan harga jual.



**Gambar 1. “Sedang Melakukan Pengaplikasian penjualan melalui WhatsApp Business”**

### **Deskripsi Dokumentasi 1**

Proses pelatihan dan praktik di SLB YPAC Surakarta dirancang untuk membekali siswa dengan keterampilan hidup yang aplikatif dan relevan dengan kebutuhan mereka. Pelatihan dilakukan secara bertahap, mulai dari pengenalan dasar hingga praktik langsung, dengan pendekatan yang disesuaikan dengan kemampuan masing-masing siswa. Kegiatan ini mencakup pelatihan keterampilan tangan seperti menjahit, membatik, membuat kerajinan, hingga penggunaan teknologi seperti komputer dan ponsel pintar untuk mendukung kemandirian digital.

Dalam praktiknya, siswa didorong untuk aktif dan mandiri, baik secara individu maupun dalam kelompok. Mereka dilatih untuk menyelesaikan tugas-tugas sehari-hari, berkomunikasi secara efektif, dan mengembangkan rasa percaya diri. Seperti yang tergambar dalam foto, penggunaan teknologi menjadi bagian penting dari pelatihan, di mana siswa belajar memanfaatkan perangkat digital untuk berinteraksi, belajar, dan bahkan berwirausaha. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis, tetapi juga memperkuat kesiapan mereka untuk hidup mandiri di tengah masyarakat.



### “Hasil Pengaplikasian Penjualan Batik Malam Melalui WhatsApp Business”

#### Deskripsi Dokumentasi 2

Menunjukkan hasil karya siswa berupa kain batik bertuliskan “Batik Malam” yang dipasarkan secara daring dengan harga Rp250.000,00. Proses pelatihan membatik ini merupakan bagian dari program keterampilan di SLB YPAC Surakarta, di mana siswa tidak hanya belajar teknik membatik malam secara manual, tetapi juga diajarkan cara memasarkan produk mereka melalui platform digital.

Melalui kegiatan ini, siswa dilatih untuk memahami seluruh rantai produksi-dari desain, pewarnaan, hingga promosi dan penjualan. Hasil karya mereka, seperti yang terlihat dalam foto, tidak hanya menjadi media ekspresi kreatif, tetapi juga sarana untuk membangun kemandirian ekonomi. Pendekatan ini membuktikan bahwa dengan pelatihan yang tepat, anak-anak difabel mampu menghasilkan produk berkualitas dan bersaing di pasar.

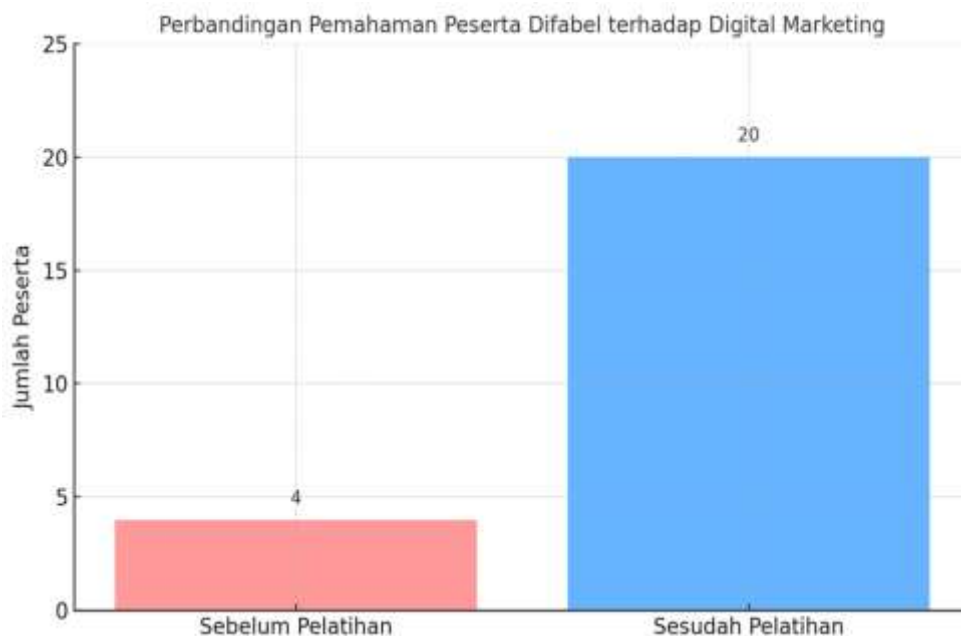
Sebagian besar peserta berhasil membuat katalog digital untuk produk-produk yang mereka miliki, seperti kerajinan tangan, makanan ringan, serta barang hasil daur ulang. Selain itu, peserta juga mempelajari cara mengatur pesan otomatis, balasan cepat, dan pengelompokan pelanggan menggunakan label, yang bertujuan untuk memudahkan komunikasi bisnis. Meskipun beberapa peserta mengalami hambatan teknis, seperti kesulitan memahami istilah digital atau keterbatasan dalam menggunakan perangkat telepon pintar, semua peserta dapat menyelesaikan praktik dengan baik berkat pendampingan yang intensif dari tim fasilitator. Setelah pelatihan selesai, dilakukan wawancara evaluatif singkat terhadap peserta untuk mengetahui sejauh mana pelatihan berdampak pada pengetahuan dan kesiapan mereka dalam menerapkan materi yang telah diberikan. Sebagian besar peserta menyatakan bahwa mereka mendapatkan wawasan baru dan merasa lebih siap untuk memasarkan produk secara daring. Bahkan, beberapa peserta mengungkapkan rencana mereka untuk mulai aktif menawarkan produk melalui akun WhatsApp Business yang telah dibuat, serta memperbaiki cara mereka berkomunikasi dengan pelanggan agar lebih profesional.

Meskipun hasil pelatihan cenderung positif, terdapat pula beberapa kendala yang teridentifikasi. Pertama, masih terdapat peserta yang mengalami keterbatasan dalam memahami fitur-fitur tertentu dalam aplikasi. Kedua, terdapat peserta yang menggunakan perangkat ponsel dengan kapasitas terbatas sehingga mengalami kesulitan dalam menjalankan aplikasi dengan optimal. Ketiga, koneksi internet yang tidak stabil sempat menghambat kelancaran beberapa sesi, khususnya saat proses unggah foto produk. Namun, semua kendala tersebut dapat diatasi dengan bantuan langsung dari fasilitator dan kerjasama peserta yang tinggi.

Secara keseluruhan, pelatihan ini membuktikan bahwa penyandang disabilitas memiliki potensi yang besar untuk menguasai teknologi digital, khususnya dalam bidang pemasaran usaha. Meskipun pelaksanaan pelatihan berlangsung dalam waktu singkat, kegiatan ini memberikan dampak nyata berupa peningkatan pengetahuan, keterampilan praktis, serta motivasi untuk mengembangkan usaha secara mandiri. Selain itu, pelatihan ini juga berhasil membangun kepercayaan diri peserta, yang sebelumnya merasa ragu untuk memasarkan produk melalui media sosial. Dengan pendekatan yang sederhana dan berorientasi pada praktik langsung, kegiatan ini mampu menjadi langkah awal yang kuat untuk mendorong kemandirian ekonomi penyandang disabilitas melalui pemanfaatan teknologi.

Hasil ini diharapkan dapat menjadi dasar bagi pengembangan program pelatihan lanjutan yang lebih mendalam, dengan cakupan materi yang lebih luas serta pendampingan berkelanjutan. Selain itu, keberhasilan kegiatan ini juga menunjukkan bahwa pelatihan digital marketing yang berbasis media sosial sangat relevan dan dapat diterapkan secara efektif dalam konteks pemberdayaan kelompok rentan, khususnya penyandang disabilitas, di berbagai wilayah lainnya.

## Pembahasan



### “Perbandingan Tingkat Pemahaman Digital Marketing di Kalangan Peserta Difabel”

Hasil dari aktivitas pelatihan pemasaran digital berbasis media sosial yang diadakan dalam rangka pengabdian ke masyarakat menunjukkan hasil yang menarik dalam membangun mandiri ekonomi peserta difabel. Menurut hasil penilaian, ada peningkatan mengejutkan terhadap pemahaman dan kemampuan peserta dalam memanfaatkan media digital, terutama *WhatsApp Business*, sebagai keperluan pemasaran produk. Sebelum pelatihan diadakan, hanya ada 4 dari 20 peserta (20%) yang memiliki pemahaman pemasaran digital dasar. Setelah pelatihan, semua peserta (100%) menunjukkan peningkatan pemahaman dan mampu menggunakan media sosial secara fungsional untuk kegiatan ekonomi. Peningkatan tersebut konsisten dengan hasil penelitian Sari (2020) dan Prasetyo (2022) bahwa pelatihan teknologi digital berperan sebagai strategi pemberdayaan dalam mentransformasi kelompok marginal, khususnya difabel.

Penyandang disabilitas fisik tidak lagi menjadi hambatan utama untuk mengakses peluang ekonomi, jika terdapat dukungan. Disabilitas fisik tidak lagi menjadi hambatan utama dalam mengakses peluang ekonomi, jika ada fasilitasi dan bimbingan yang tepat melalui pendekatan teknologi yang inklusif. *WhatsApp Business* dipilih karena aksesibilitasnya yang tinggi, biaya operasional yang rendah, dan antarmuka yang mudah namun efektif. Platform ini memungkinkan peserta untuk memasarkan produk mereka langsung kepada konsumen, memperluas jangkauan pasar melalui fitur katalog, pesan otomatis, dan manajemen interaksi dengan pelanggan. Penerapan *WhatsApp Business* dalam memfasilitasi aktivitas kewirausahaan difabel didukung oleh Hendriyani et al. (2020).

Namun demikian, latihan ini juga menyuarakan gangguan berupa rendahnya tingkat literasi digital peserta semula. Sebagian besar dari mereka masih belum terbiasa menggunakan perangkat digital dan tidak mengenali prinsip pemasaran teknologi. Hal ini tertuang dalam temuan Rahmawati (2021), yang menyampaikan kebutuhan bahwa literasi digital merupakan hambatan struktural dalam proses inklusi digital ke lereng kehidupan kelompok rentan tersebut. Oleh karena

itu, pendekatan latihan harus dibalik berlapis, berupa cara praktis, visual, serta disesuaikan dengan peserta. Setelah pengabdian ini, tim dari Ekonomi Pembangunan melakukan tindak lanjut berupa pengumpulan data hasil belajar dan keterampilan peserta melalui survei dan evaluasi pasca pelatihan. Data ini menunjukkan adanya lonjakan pemahaman peserta terkait strategi digital marketing, yang sebelumnya belum diketahui.

Grafik perkembangan hasil survei menunjukkan bahwa seluruh peserta mengalami peningkatan pemahaman yang signifikan, memperkuat bukti keberhasilan pelatihan dari sisi output dan *outcome*. Lebih dari itu, pelatihan ini memberikan dampak sosial dan psikologis yang positif. Peserta menunjukkan peningkatan kepercayaan diri dan motivasi untuk menjalankan usaha mandiri. Hidayati (2023) menegaskan bahwa dukungan sosial dari lingkungan sekitar berperan penting dalam membangun harga diri penyandang disabilitas. Dalam konteks ini, pelatihan menjadi ruang yang tidak hanya mendidik, tetapi juga memulihkan dan mengafirmasi identitas peserta sebagai individu yang produktif dan bernilai di tengah masyarakat. Selanjutnya, pelatihan juga menampakkan sifat inklusif pada implementasinya.

Partisipan difabel terlibat secara aktif dalam setiap sesi pelatihan, baik melalui latihan langsung, diskusi kelompok, maupun analisis kasus ini merefleksikan pendekatan partisipatif yang mendukung prinsip-prinsip pemberdayaan masyarakat. Inklusivitas seperti ini berperan penting dalam menciptakan ekosistem sosial yang berkecukupan kemampuan beragamnya serta mendukung keadilannya akses terhadap kesempatan ekonomi. Kegiatan pengabdian menunjukkan bahwa latihan marketing digital yang dibuat dengan pendekatan yang betul dapat menjadi strategi yang efektif dalam mendorong perubahan ekonomi dan sosial bagi penyandang disabilitas. Program yang sama dapat dikembangkan lebih lanjut oleh institusi pendidikan tinggi, pemerintah daerah, serta lembaga sosial, dengan mempertimbangkan kondisi lokal dan kebutuhan khusus peserta abadi masa depannya, tim Ekonomi Pembangunan juga menganjurkan pengembangan modul pelatihan lanjutan dan platform pendampingan online untuk meningkatkan dampak jangka panjang dari kegiatan ini.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan pelatihan pemasaran digital berbasis *WhatsApp Business* bagi penyandang disabilitas di YPAC Surakarta, dapat disimpulkan bahwa kegiatan ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan pengetahuan, keterampilan, dan motivasi peserta dalam mengembangkan usaha secara mandiri. Meskipun dilaksanakan dalam durasi satu hari, pelatihan ini berhasil mengenalkan konsep dasar digital marketing secara efektif dan memberikan ruang praktik langsung yang aplikatif bagi peserta. Peserta pelatihan menunjukkan kemampuan dalam membuat akun *WhatsApp Business*, mengatur profil usaha, mengunggah produk dalam katalog, serta menggunakan fitur komunikasi yang mendukung interaksi dengan pelanggan. Selain peningkatan dari segi teknis, pelatihan ini juga turut mendorong tumbuhnya rasa percaya diri dan semangat kewirausahaan di kalangan peserta. Hal ini menjadi indikasi bahwa dengan pendekatan yang tepat dan materi yang disesuaikan, penyandang disabilitas dapat diberdayakan secara optimal dalam bidang ekonomi digital.

Namun demikian, kegiatan ini juga menemukan beberapa kendala, antara lain keterbatasan dalam memahami istilah digital dan kendala akses terhadap perangkat serta jaringan internet. Oleh sebab itu, pendampingan lanjutan serta dukungan dari berbagai pihak masih diperlukan agar pemberdayaan dapat berlangsung secara berkelanjutan dan menyeluruh. Secara keseluruhan, pelatihan ini membuktikan bahwa media sosial, khususnya *WhatsApp Business*, dapat menjadi alat yang inklusif dan relevan untuk mendukung kegiatan wirausaha penyandang disabilitas. Program ini berpotensi menjadi model pengembangan yang dapat direplikasi di daerah lain dengan modifikasi sesuai kebutuhan lokal masing-masing.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan penuh rasa syukur, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam penelitian ini.

Pertama-tama, kami mengucapkan terima kasih kepada YPAC Surakarta yang telah memberikan dukungan dan kesempatan untuk melakukan penelitian ini. Terima kasih kepada para

difabel yang telah berpartisipasi dan berbagi pengalaman serta pengetahuan mereka, yang menjadi sumber inspirasi bagi kami.

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada para pembimbing dan dosen yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta masukan yang sangat berharga selama proses penelitian ini. Tanpa dukungan dan pendampingan mereka, penelitian ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik. Kami juga menyampaikan apresiasi kepada Program Studi Ekonomi Pembangunan Universitas Muhammadiyah Surakarta (UMS) atas dukungan hibah Pengabdian kepada Masyarakat yang telah memungkinkan terlaksananya kegiatan ini secara optimal dan bermanfaat bagi masyarakat luas.

Selain itu, kami berterima kasih kepada rekan-rekan peneliti dan teman-teman yang telah memberikan dukungan moral dan saran konstruktif, serta kepada semua pihak yang telah membantu dalam pengumpulan data dan pelaksanaan program pelatihan.

Akhirnya, kami mengucapkan terima kasih kepada keluarga kami yang selalu memberikan dukungan dan motivasi, serta kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, namun telah berkontribusi dalam penelitian ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi positif bagi peningkatan potensi dan kemandirian difabel di YPAC Surakarta.

## DAFTAR PUSTAKA

- Nugroho, A. (2021). Pemberdayaan Penyandang Difabel Melalui Wirausaha: Tantangan dan Peluang. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 5(2), 123-135.
- Sari, R. (2020). Peran Media Sosial dalam Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil.
- Nugroho, A. (2021). Pemberdayaan Penyandang Difabel Melalui Wirausaha: Tantangan dan Peluang. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 5(2), 123-135.
- Prasetyo, B. (2022). Peran Teknologi Informasi dalam Pemberdayaan Penyandang Difabel di Era Digital. *Jurnal Teknologi dan Masyarakat*, 10(1), 67-80.
- Sari, R. (2020). Peran Media Sosial dalam Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(1), 45-58.
- Arumsari, N. R., Lailiyah, N., & Rahayu, T. (2022). Peran Digital Marketing dalam Upaya Pengembangan UMKM Berbasis Teknologi di Kelurahan Plamongsari Semarang. *SEMAR (Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Seni Bagi Masyarakat)*, 11(1), 92. <https://doi.org/10.20961/semar.v11i1.57610>
- Maria, V., Fauzan Hidayatullah, A., Emmelly Devy Tunning Putri, U., Sabilah, R., Nurul Mursidah, N., Putri Ramdhany, L., Aqsyah Syauqi, F., & Artikel, I. (2024). Pemanfaatan Pemasaran Melalui Media Sosial Terhadap UMKM di Kota Serang How to cite. In *Benefits: Journal of Economics and Tourism* (Vol. 1, Issue 1).
- Hendriyani, C., Dwianti, S. P., Herawaty, T., & Ruslan, B. (2020). Analisis Penggunaan Whatsapp Business Untuk Meningkatkan Perjualan Dan Kedekatan Dengan Pelanggan Di Pt SaungAngklungUdjo. *AdBispreneur*, 5(2), 193. <https://doi.org/10.24198/adbispreneur.v5i2.29171>
- YPAC Surakarta. (2023). Program Pemberdayaan Penyandang Disabilitas Melalui Digital Marketing. Diakses dari <http://ypacsurakarta.org>
- Rahmawati, D. (2021). Pengembangan Keterampilan Digital bagi Penyandang Disabilitas. *Jurnal Pendidikan dan Pemberdayaan Masyarakat*, 8(3), 112-120.
- Hidayati, N. (2019). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial untuk Usaha Mikro. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(2), 45-60.
- Nugroho, A. (2021). *Inovasi dan Kreativitas dalam Berwirausaha di Era Digital*. Yogyakarta: Penerbit UGM Press.