



Development of Economic Independence of Persons with Disabilities through Literacy, Education and Marketing Digitalization Practices in Support of Sustainable Development Goals (SDGs)

Bernadin Dwi Mardiatmi^{1*}, Bambang Triwahyono², Dahlia Br Pinem³, Maria Assumpta Wikantari⁴, Mutia Khoerunisa⁵, Bobby Rafael Sembiring⁶, Alfonso Samosir⁷

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta

Corresponding Author: Bernadin Dwi Mardiatmi bernadindwim@upnvj.ac.id

ARTICLE INFO

Keywords: Digital Marketing, Social Media, Marketing Strategy, Literacy, Disability

Received : 4 June

Revised : 19 July

Accepted: 21 August

©2024 Mardiatmi, Triwahyono, Pinem, Wikantari, Khoerunisa, Sembiring, Samosir: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRACT

This community service activity aims to provide solutions that can improve skills for people with disabilities in Yayasan Pendidikan Budi Daya Kasih students as target partners and as proof that academics are present to support Sustainable Development Goals, especially the economic and social empowerment of people with disabilities. The methods used are literacy, pre-test, post-test, and practice of making shops on e-commerce platforms. In general, the results of the marketing digitalization literacy training for students with disabilities at the Budi Daya Kasih Education Foundation have increased the knowledge, skills, and motivation of the Budi Daya Kasih Education Foundation. This is reflected in the increase in pre-test scores with an average of 5.51 increasing to 7.26 in the post-test. In addition, participants successfully created a store account on the Tokopedia platform

Pengembangan Kemandirian Perekonomian Penyandang Disabilitas melalui Literasi, Edukasi dan Praktik Digitalisasi Marketing dalam Mendukung Sustainable Development Goals (SDGs)

Bernadin Dwi Mardiatmi^{1*}, Bambang Triwahyono², Dahlia Br Pinem³, Maria Assumpta Wikantari⁴, Mutia Khoerunisa⁵, Bobby Rafael Sembiring⁶, Alfonso Samosir⁷

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta

Corresponding Author: Bernadin Dwi Mardiatmi bernadindwim@upnvj.ac.id

ARTICLE INFO

Kata Kunci: Digital Marketing, Social Media, Strategi Pemasaran, Literasi, Disabilitas

Received :

Revised :

Accepted:

©2024 Mardiatmi, Triwahyono, Pinem, Wikantari, Khoerunisa, Sembiring, Samosir: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRAK

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan solusi yang dapat meningkatkan keterampilan bagi penyandang disabilitas pada siswa Yayasan Pendidikan Budi Daya Kasih sebagai mitra sasaran dan sebagai bukti bahwa para akademisi hadir untuk mendukung *Sustainable Development Goals* khususnya pemberdayaan ekonomi dan sosial penyandang disabilitas. Metode yang digunakan adalah literasi, pre-test, post-test, dan praktik pembuatan toko di platform e-commerce. Secara umum, hasil pelatihan literasi digitalisasi marketing bagi siswa/i disabilitas di Yayasan Pendidikan Budi Daya Kasih ini telah meningkatkan pengetahuan, ketrampilan, dan motivasi para Yayasan Pendidikan Budi Daya Kasih. Hal ini tercermin dari peningkatan nilai pre-test dengan rata-rata sebesar 5,51 meningkat menjadi 7,26 pada post-test. Selain itu, peserta berhasil membuat akun toko di platform Tokopedia

PENDAHULUAN

Ada kemungkinan bahwa Stigmatisasi penyandang disabilitas di masyarakat dapat menyebabkan persepsi yang tidak positif dan diskriminatif. Karena pemberi kerja atau mitra bisnis mungkin tidak melihat potensi dan kontribusi yang sebenarnya dari seseorang, hal ini dapat menimbulkan hambatan psikologis dan sosial yang signifikan dalam mencari pekerjaan atau memulai bisnis sendiri. Selain itu, stigmatisasi dapat menyebabkan peluang yang tidak setara, penolakan, dan harga diri yang rendah bagi penyandang disabilitas. Ini dapat menyebabkan lingkungan yang tidak mendukung inklusi dan kemandirian ekonomi.

Seringkali, penyandang disabilitas menghadapi tingkat literasi digital yang rendah, yang mencakup kurangnya pemahaman tentang cara menggunakan teknologi informasi dan komunikasi. Tantangan lain yang dihadapi oleh penyandang disabilitas adalah kurangnya pengetahuan tentang platform online dan strategi pemasaran digital. Kurangnya pemahaman ini dapat menghalangi mereka dari peluang keuangan online. Karena sebagian besar pelanggan sekarang lebih suka berbelanja secara online, pemahaman tentang literasi digital sangat penting (Erawan et al., 2023). Digital marketing sangat berpengaruh pada jaringan pemasaran yang lebih besar, yang menghasilkan peningkatan penjualan (Novia et al., 2022).

Digital marketing adalah penggunaan internet sebagai teknologi yang memungkinkan komunikasi dua arah antara penjual dan pembeli (Oktaviani & Rustandi, 2018). Ini digunakan untuk mengubah strategi pemasaran konvensional menjadi digital, membuat pelanggan lebih mudah diakses dan menghemat waktu (Masyithoh & Novitaningtyas, 2021). Penyandang disabilitas yang dapat menggunakan e-commerce dapat meningkatkan penjualan dan daya saing (Nurchaya et al., 2021). Menciptakan usaha online memungkinkan penyandang disabilitas untuk memiliki sumber pendapatan yang stabil tanpa tergantung pada infrastruktur fisik tertentu. Ini memberikan fleksibilitas dalam mengatur waktu dan tempat bekerja sesuai dengan kebutuhan dan keterbatasan mereka. Edukasi tentang literasi digital mampu meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan motivasi para penyandang disabilitas (Furqon et al., 2023).

Menurut (Privana & Kamalia, 2022) Sangat penting untuk menanamkan minat berwirausaha sejak usia dini karena ini akan menanamkan mentalitas untuk menciptakan lapangan kerja daripada mencari pekerjaan. Setiap orang yang dapat menemukan dan memanfaatkan peluang bisnis saat ini dapat menciptakan pekerjaan baru (Naini & Kamalia, 2023). Karena itu, penyandang disabilitas harus diberikan kesempatan untuk berkarya dan berwirausaha untuk membantu meningkatkan ekonomi mereka (Cahyati & Choirunnisa, 2022). Studi sebelumnya menunjukkan bahwa sosialisasi strategi bisnis yang lebih baik menghasilkan pengetahuan ilmu ekonomi yang lebih baik pada 85% peserta yang mengikuti kegiatan (Dirkareshza et al., 2022).

Gedung sekolah milik swasta Yayasan Budi Daya Kasih disumbangkan oleh Women's International Club Jakarta. Situs Sekolah Luar Biasa Swasta Yayasan SLB berada di Jl. Raya Bogor KM. 24 Cijantung, Jakarta Timur.

Jumlah siswa, guru, dan karyawan SLB Budi Daya Kasih hingga 2024 ditunjukkan pada table berikut.

Tabel 1. Jumlah Siswa Sesuai Tingkatan

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah Siswa
1	TKLB-C	11
2	SDLB-C	36
3	SMPLB-C	19
4	SMALB-C	23
5	Guru	25
6	Tenaga Pendidik	5
Jumlah		119

Sumber : Yayasan YPBDK 2024

Tabel diatas menunjukkan jumlah siswa disabilitas pada tingkat TKLB-C sebanyak 11 orang, SDLB-C sebanyak 36 orang, SMPLB-C sebanyak 19 orang, SMALB-C sebanyak 23 orang, guru sebanyak 25 orang, dan tenaga pendidik sebanyak 5 orang.

Sebagai bagian dari program literasi digital nasional yang diluncurkan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo), program pengabdian ini bertujuan untuk membantu kaum disabilitas dalam meningkatkan keterampilan mereka dan meningkatkan akses mereka ke dunia digital. Tujuan dari program literasi digital ini adalah untuk menciptakan ruang digital yang inklusif di mana semua orang memiliki hak dan akses yang sama.

PELAKSANAAN DAN METODE

Kegiatan pelatihan digital marketing adalah solusi strategis untuk masalah yang akan dihadapi siswa/i Yayasan Pendidikan Budi Daya Kasih penyandang disabilitas. Namun demikian, untuk mencapainya, strategi sosialisasi yang berguna diperlukan. Proses di mana elemen pembelajaran diterima melalui sosialisasi berbeda untuk setiap orang. Kemampuan setiap orang untuk menyampaikan komponen pembelajaran akan berbeda. Kegiatan harus dirancang dengan cermat karena masing-masing peserta memiliki jenis disabilitas yang berbeda.

Siswa/I Yayasan Pendidikan Budi Daya Kasih akan melihat partisipasi mitra di setiap fase kegiatan. Mereka akan menjaring peserta yang akan mengikuti pelatihan dan membantu menjaga kegiatan berjalan lancar. Adapun, tahapan teknis pelaksanaan kegiatan ini adapat diuraikan sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan

Tahap persiapan yang dilakukan adalah sebagai berikut:

- a. Survey lokasi kegiatan pengabdian kepada masyarakat
- b. Pemantapan dan penentuan materi
- c. Penyusunan bahan materi pelatihan terkait digitalisasi marketing
- d. Pembuatan media pembelajaran yaitu dengan powerpoint yang berisi materi dan tata cara pendaftaran akun e-commerce.

2. Metode Pelatihan

Prinsip inklusifitas dan protokol kesehatan akan menjadi perhatian dalam pelatihan literasi digital yang akan dilakukan. Juru bahasa isyarat juga akan berpartisipasi dalam kegiatan untuk memastikan bahwa peserta dengan disabilitas dapat memahami dan mengikuti dengan baik proses pelatihan. Adapun kegiatan pelatihan akan menggunakan beberapa metode sebagai berikut:

a. Ceramah dan Tanya Jawab

Metode ceramah dan tanya jawab digunakan sebagai pengantar awal atas materi pelatihan. Pelaksanaannya bersifat satu arah dari tim abdimas kepada padar siswa/i. Selanjutnya, dibuka sesi tanya jawab untuk memberi peluang interaktif dan memberi kesempatan bertanya dari para peserta.

b. Pre-test dan Post-test

Pre-test dan Post-test dilakukan untuk mengukur kemampuan siswa/I dalam menerima materi. Materi yang disampaikan diantaranya:

- 1) Pemahaman strategi marketing
- 2) Pemahaman strategi produk
- 3) Pemahaman strategi harga
- 4) Pemahaman strategi distribusi
- 5) Pemahaman strategi promosi
- 6) Pemahaman pemahaman pemasaran digital (digital marketing)
- 7) Pemahaman e-commerce
- 8) Pemahaman strategi pemasaran (umum)
- 9) Pemahaman strategi penjualan (sales strategy)
- 10) Pemahaman branding
- 11) Pemahaman akses pasar
- 12) Pemahaman strategi branding.

c. Praktik Pembuatan Akun E-Commerce

Metode ini digunakan untuk membuat siswa lebih mudah memahami cara menggunakan media digital dengan benar. Tim pengabdian membantu siswa menggunakan perangkat digital dalam simulasi.



Gambar 1. Tim Pengabdian Bersama Siswa dan Guru Yayasan Pendidikan Budi Daya Kasih

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Ceramah dan Tanya Jawab

Tujuan awal pengabdian adalah memberikan pengetahuan baru tentang digital marketing melalui penyebaran materi dan informasi. Sebelum kegiatan pemberian materi dan sosialisasi, ada pembukaan yang dibuka oleh pembawa acara. Dilanjutkan dengan menyanyikan lagu Indonesia Raya, pembacaan doa, dan sambutan dari Ketua Tim dan perwakilan sekolah. Kegiatan sosialisasi ini dengan mengajarkan penerima manfaat disabilitas tentang pemasaran digital untuk menjual barang. Diskusi adalah percakapan antara dua orang atau lebih (Diansyah et al., 2017). Tujuan dari kegiatan diskusi ini adalah untuk menumbuhkan rasa ingin tahu dan memfasilitasi pertukaran pikiran antara siswa dengan disabilitas. Semua orang di kegiatan ini berbicara aktif. Semua orang yang berpartisipasi dalam sosialisasi sangat antusias dan senang dengan acara tersebut.



Gambar 2. Ceramah tentang Digital Marketing

2. Pre-test dan Post-test

Sebelum para peserta mendapatkan materi, terlebih dahulu dilakukan pre-test dan setelah para peserta mendapatkan materi, selanjutnya dilakukan post-test. Kegiatan ini dilakukan untuk mengukur sejauh mana pengetahuannya para siswa mengenai pemasaran. Nilai pre-test dan post-test tersaji pada tabel berikut ini:

Tabel 2. Hasil Pre-test dan Post-test

No	Materi	Pre-Test	Post-Test
1	Pemahaman Strategi marketing	5,6	7,1
2	Pemahaman Strategi Produk	5,5	7,3
3	Pemahaman Strategi Penetapan Harga	5,4	7,0
4	Pemahaman Strategi Distribusi	5,5	7,1
5	Pemahaman Strategi Promosi	5,6	7,1
6	Pemahaman Pemasaran Digital (<i>Digital Marketing</i>)	5,8	7,3
7	Pemahaman E-Commerce	5,4	7,0
8	Pemahaman Strategi pemasaran (Umum)	5,6	7,1

9	Pemahaman Strategi Penjualan (Sales Strategy)	5,8	7,6
10	Pemahaman Branding	5,4	7,8
11	Pemahaman Akses pasar	5,5	7,0
12	Pemahaman Strategi branding	5,6	7,7
Total		66,07	87,01
Rata-Rata		5,51	7,26

Berdasarkan tabel hasil pre-test dan post-test diatas yang dilakukan pada 30 siswa/i Yayasan Pendidikan Budi Daya Kasih, terlihat bahwa pada setiap aspek/materi mengalami kenaikan. Sebelumnya rata-rata nilai post-test yaitu 5,51. Setelah diberikan materi, maka selanjutnya dilakukan pos-test, pemahaman siswa/i meningkat dengan rata-rata nilai menjadi 7,26. Artinya bahwa adanya sosialisasi, literasi dan diskusi / tanya jawab sebelumnya memberikan pengetahuan yang baru bagi para siswa/i.

3. Praktik Pembuatan Akun *E-Commerce*

Dengan beberapa fitur dan keuntungan yang ditawarkan oleh e-commerce kepada konsumen, e-commerce juga sangat membantu dalam melakukan promosi jual beli produk. Pelatihan dan pembuatan e-commerce dapat membantu dalam pemasaran produk dan memberikan nilai tambah yang lebih besar sambil mengurangi biaya proses pemasaran. Kami terus melacak kemajuan dalam pelatihan digitalisasi marketing untuk siswa Yayasan Pendidikan Budi Daya Kasih dan pembuatan akun e-commerce. Kami juga melakukan perbandingan dengan penjualan offline.



Gambar 3. Praktik Pembuatan Akun E-Commerce

Sebelum melakukan praktik pembuatan akun e-commerce Tokopedia, berikut ini perangkat yang dibutuhkan diantaranya:

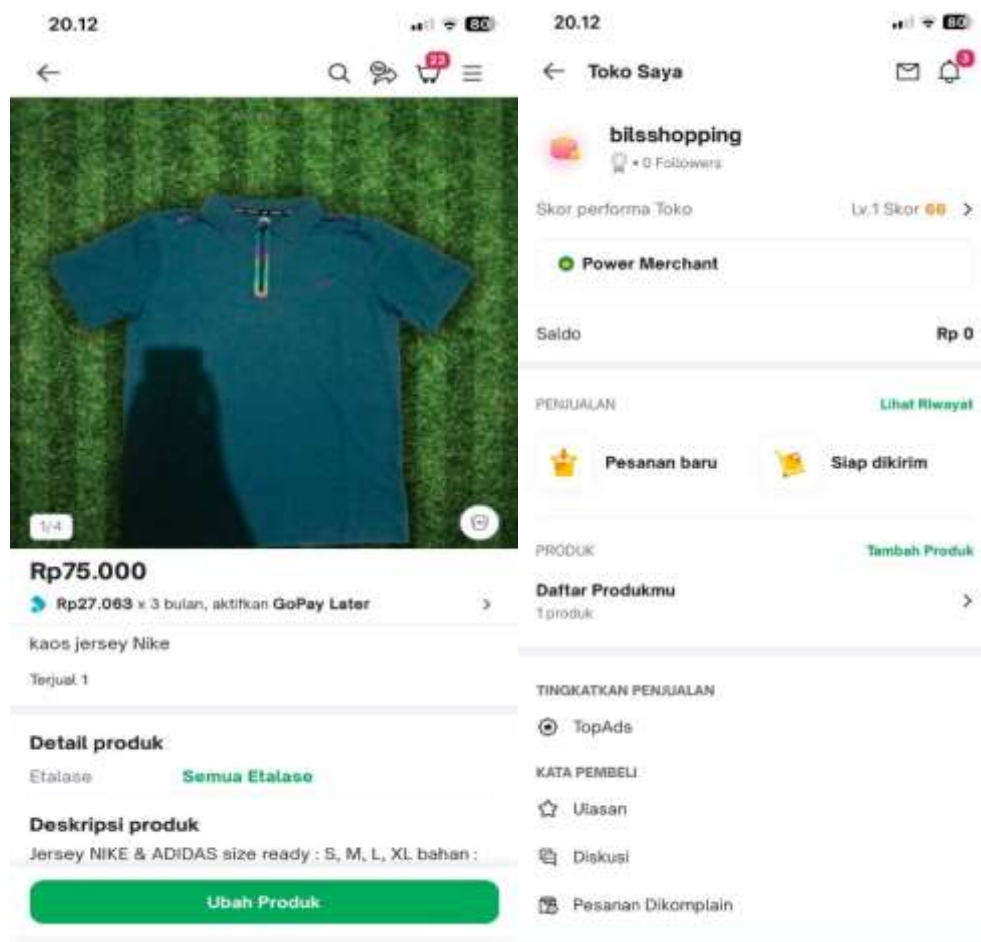
1. Laptop/Komputer
2. Handphone Android/IOS
3. Jaringan Internet atau paket data
4. Nomor Telepon

Setelah peralatan penunjang sudah lengkap selanjutnya yaitu melakukan pendaftaran pada e-commerce Tokopedia dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Download aplikasi toko tokopedia di appstore/playstore
2. Setelah download lewat halaman pertama dan masuk pada halaman masuk

3. Pilih bagian daftar dan pada halaman selanjutnya tekan Buka toko
4. Pada halaman selamat datang, masukkan nomor telepon
5. Kemudian pilih metode verifikasi
6. Kemudian masukkan kode otp yang telah dikirim
7. Kemudian masukkan nama lengkap
8. Selanjutnya masukkan PIN tokopedia dan PIN tokopedia sudah dibuat
9. Setelah membuat password, kita akan diarahkan untuk membuat info toko
10. Isilah data yang dibutuhkan pada bagian yang terisi kosong
11. Kemudian kita akan ditanya apakah kita pernah berjualan atau tidak, jawablah sesuai pengalaman
12. Setelah memilih pilihan, maka kita akan diminta untuk mengisi lokasi untuk toko
13. Selamat, toko kita sudah selesai dibuat.

Berikut ini merupakan tampilan toko di platform Tokopedia yang berhasil dibuat oleh para siswa.



Gambar 4. Hasil Pembuatan Akun E-Commerce Tokopedia

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Secara keseluruhan, hasil pelatihan, literasi dan edukasi digitalisasi marketing untuk siswa penyandang disabilitas di Yayasan Pendidikan Budi Daya Kasih dapat dikatakan memuaskan dan berhasil. Indikator kesesuaian antara perencanaan dan pelaksanaan, kehadiran peserta, dan hasil *pre-test* dan *post-test* peserta menunjukkan peningkatan. Selain itu, kegiatan ini telah berhasil meningkatkan pengetahuan, menambah keterampilan, para siswa penyandang disabilitas di Yayasan Pendidikan Budi Daya Kasih tentang manfaat marketing digital dengan memanfaatkan semaksimal mungkin penggunaan smart phone. Karena itu, seiring perkembangan teknologi digital, kegiatan serupa harus dilakukan secara berkelanjutan melalui peran akademisi. Pemerintah dan pihak terkait juga harus bertindak lebih proaktif dalam mengembangkan potensi siswa/i penyandang disabilitas melalui kebijakan yang berpihak pada siswa disabilitas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian menyampaikan rasa terima kasih kepada seluruh tenaga pendidik siswa difabel di Yayasan Pendidikan Budi Daya Kasih yang sudah memberikan kesempatan berbagi ilmu kepada siswa untuk dapat memanfaatkan waktu luang yang lebih produktif dalam memanfaatkan *smart phone*. Selain itu, kami sampaikan terimakasih kepada Rektor Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta yang telah memberikan ijin melaksanakan kegiatan kepada Tim Pengabdian Fakultas Ekonomi dan Fakultas Ilmu Komputer.

REFERENCES

- Cahyati, A. D., & Choirunnisa, N. M. (2022). Pengembangan Kewirausahaan bagi Penyandang Disabilitas. *E-Dimas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 13(3), 453–456. <https://doi.org/10.26877/e-dimas.v13i3.4923>
- Dirkareshza, R., Agustanti, R. D., M, B. D., Dirkareshza, N. P., & Ramadhita, M. P. (2022). Peningkatan Implementasi Kesadaran Hukum Dagang Dan Strategi Pemasaran Dalam Berbisnis Bagi Pelaku Usaha Mikro Dan Kecil Pada Desa Mangunjaya. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(5). <https://doi.org/10.31764/jmm.v6i5.10325>
- Erawan, A. P. D., Aditya, I. G. W., Juniarta, I. W., Permana, I. M. A. S., & Baskara, I. M. W. (2023). Pelatihan Digital Marketing Dalam Upaya Meningkatkan Literasi Digital Umkm Desa Keramas. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 200–205.
- Furqon, R., Wardanhi, S. S., & Bustamin, A. (2023). Literasi Digital Bagi Perempuan Penyandang Disabilitas di Kota Makassar. *TEKNOVOKASI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 70–76.
- Masyithoh, I. N., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Marketplace Tokopedia. *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 7(1).

- Naini, I. N., & Kamalia, P. U. (2023). Pengaruh Internal Locus Of Control, Environment dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Journal Of Administration and Educational Management (ALIGNMENT)*, 6(2), 252-262.
- Novia, C., Agusmawati, N. K., & Riskya, N. (2022). PKM Pendampingan Digital Marketing untuk Meningkatkan Penjualan UKM Produksi Tahu di Desa Brani Kulon. *GUYUB: Journal of Community Engagement*, 3(2), 132-145. <https://doi.org/10.33650/guyub.v3i2.4235>
- Nurchahya, Y. A., Nilasari, A. P., Bharata, R. W., & Dewi, R. P. (2021). Pelatihan Penjualan Produk di Era Digital Melalui E-Commerce pada Penyandang Disabilitas di Kota Magelang. *Jurnal Abdimas BSI*, 4(2), 222-233.
- Oktaviani, F., & Rustandi, D. (2018). Implementasi Digital Marketing dalam Membangun Brand Awareness. *PROfesi Humas: Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.24198/prh.v3i1.15878>
- Privana, S. O., & Kamalia, P. U. (2022). Minat Berwirausaha Mahasiswa Selama Pandemi: Apakah Pendidikan Kewirausahaan Dan Ekspektasi Pendapatan Berpengaruh? *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 7(1), 24-34. <https://doi.org/10.31932/jpe.v7i1.1507>