

PENINGKATAN MOTIVASI BERWIRAUSAHA DAN PERBAIKAN WEBSITE SEBAGAI USAHA MENDORONG KEMAJUAN USAHA BAGI CALON WIRAUSAHAWAN DISABILITAS DI SUMATRA BARAT

**Dessy Kurnia Sari^{*)}, Donard Games, Laura Amelia Triani, Wardah Awwalin Ikhsaniah
Saldi, Novi Annisa, Giantina Veronika**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Andalas, Kampus Unand Limau Manis, Padang,
25163, Indonesia

^{*)} Email Koresponden: dessyks@eb.unand.ac.id

ABSTRAK

Kegiatan ini bertujuan untuk memotivasi dan memberi pemahaman kepada calon wirausahawan dan wirausahawan disabilitas terkait motivasi berwirausaha dan meningkatkan kemampuan pemasaran, khususnya dalam penggunaan media digital seperti website dan media sosial untuk memasarkan produk. Urgensi kegiatan ini muncul dari kebutuhan meningkatnya pemasaran produk wirausahawan disabilitas yang harus terampil menarik minat calon pembeli. Kegiatan ini melibatkan dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, mahasiswa, ahli website, dan konten kreator. Pelatihan diikuti oleh 25 wirausahawan dan calon wirausahawan disabilitas dengan tujuan meningkatkan motivasi usaha mereka. Pelatihan dilakukan di kota Padang, Sumatra Barat. Metode pelatihan dilakukan dengan pemberian motivasi di awal kegiatan, dilanjutkan dengan diskusi kelompok terarah (focus group discussion) untuk menampung aspirasi terkait kebutuhan dan kendala mereka dalam akses pasar, praktik perbaikan website dan media sosial dan pendampingan dalam pemasaran produk. Hasil yang didapatkan setelah pelatihan adalah peningkatan motivasi berusaha dan kemampuan wirausahawan dengan disabilitas sehingga mampu menawarkan produk pada pasar yang luas secara digital. Wirausahawan disabilitas menilai kegiatan ini tepat sasaran karena sesuai dengan kebutuhan pengembangan website dan media sosial mereka untuk dapat lebih diterima oleh pasar. Pelatihan ini menunjukkan bahwa digitalisasi dapat membuka peluang pasar bagi wirausahawan disabilitas dengan bekal pengetahuan terkait pengelolaan website dan media sosial untuk menarik minat konsumen. Wirausaha dengan disabilitas perlu mendapatkan dukungan dari berbagai pihak sehingga tercapai kemandirian ekonomi yang berkelanjutan.

Kata Kunci: *wirausahawan, disabilitas, pemasaran, media sosial, digital*

Improving Entrepreneurship Motivation to Promote Business Sustainability for Prospective Entrepreneurs with Disabilities in West Sumatra

ABSTRACT

This community service aims to motivate and provide understanding to prospective entrepreneurs and entrepreneurs with disabilities regarding entrepreneurial motivation and marketing skills. The use of digital media such as websites and social media to market products is the main agenda in this activity. The urgency of this activity arises from the need for increased marketing of products by entrepreneurs with disabilities who must be skilled at attracting the interest of potential buyers. This activity involves lecturers and students from the Faculty of Economics and Business Universitas Andalas, website experts and content creators. The training was attended by 25 entrepreneurs and prospective entrepreneurs with disabilities with the aim of increasing their business motivation. It was held in Padang, West Sumatra. The training method is carried out by providing motivation at the start of the activity, followed by focus group discussions to accommodate aspirations regarding their needs and obstacles in market access, practice of making websites and social media. The results obtained are stronger business motivation and improving ability of entrepreneurs with disabilities so that they are able to offer products to a wider market. Entrepreneurs with disability consider this activity fits their needs. The participants ready to make their website and social media to be more marketable. This training shows that digitalization can open up market opportunities for entrepreneurs with disabilities who are equipped with knowledge related to

managing websites and social media to attract consumer interest. Entrepreneurs with disabilities need to get support from various parties to achieve sustainable economic independence.

Keywords: *entrepreneurs, disability, marketing, social media, digital*

PENDAHULUAN

Peningkatan usia kerja pada penyandang disabilitas menimbulkan kebutuhan untuk berbisnis yang lebih cerdas. Penggunaan website dan media sosial menjadi solusi cerdas dalam memenangkan hati pasar. Hanya saja, calon wirausahawan dengan disabilitas juga kesulitan untuk mandiri memulai bisnis dengan kemampuan yang mereka miliki saat ini (Games & Sari, 2019).

Pada 2022, proporsi pekerja disabilitas dengan status berusaha sendiri mencapai 0,81% dari total penduduk bekerja secara nasional. Hal ini menunjukkan terdapat urgensi dalam memperhatikan wirausahawan disabilitas. Keberadaan mereka juga mengingatkan untuk kebutuhan memiliki kemampuan adaptasi dengan dunia digital agar dapat diterima oleh konsumen.

Kesulitan dalam mendapatkan pekerjaan berbayar oleh pribadi berkebutuhan khusus biasanya menjadi alasan awal untuk memulai wirausaha, yang didorong oleh rasa desakan kebutuhan dan juga diskriminasi (Muñoz et al., 2020). Sari et al (2021) menyebutkan pelaku disabilitas sering kesulitan dalam mengekspresikan kemampuan yang dimiliki dalam hal wirausaha. Sehingga dibutuhkan platform dan pendampingan khusus agar termotivasi untuk lebih mandiri.

Di Sumatra Barat sendiri, ada beberapa masalah yang dihadapi calon wirausahawan pemula adalah: a. Calon wirausahawan dengan disabilitas belum mampu menampilkan produk yang menarik pada website dan media digital lainnya, b. Calon wirausahawan disabilitas belum termotivasi dalam menjalankan bisnis, c. Para calon wirausahawan disabilitas perlu dibekali pengetahuan tentang bisnis.

Penggunaan website dan media social saat ini telah menjadi perhatian besar bagi wirausaha. Lalu, bagaimana dengan pelaku usaha dengan disabilitas? Peningkatan jumlah disabilitas yang memutuskan untuk menjadi wirausaha yang terdapat pada Gambar 1 dan kondisi kebutuhan saat sekarang. Menurut laporan *Indikator Pekerjaan Layak di Indonesia 2022* dari Badan Pusat Statistik (BPS), mayoritas pekerja disabilitas di Indonesia telah berusaha untuk menjadi wirausahawan (Databoks, 2023).

Perkembangan teknologi digital dan internet telah mempengaruhi hampir semua aspek kehidupan kita, seperti menggunakan media sosial yang merupakan sarana untuk bersosialisasi dan bertukar informasi satu sama lain (Dewi et al., 2024). Sari et al (2020) menemukan meningkatnya tingkat penggunaan media digital dalam berbelanja produk. Hal ini sejalan dengan penelitian dari Kasih et al (2020) yang menguraikan bahwa lebih dari 85% orang-orang yang berselancar di internet menggunakan waktunya untuk melihat produk yang dijual secara online di website dan media sosial.

Dengan melihat kebutuhan para calon wirausahawan dengan disabilitas untuk mendapatkan peningkatan kemampuan pengelolaan bisnis dengan memanfaatkan website dan media digital, maka kegiatan ini menawarkan solusi melalui kegiatan pelatihan sebagai berikut: a. Meningkatkan motivasi calon wirausahawan dengan disabilitas untuk melakukan bisnis secara professional sesuai dengan tuntutan pasar, b. Meningkatkan

kemampuan digital `calon wirausahawan dengan disabilitas melalui pembuatan website dan kreasi konten di media sosial, c. Meningkatkan kemampuan penyandang disabilitas yang tergabung dalam karajoelok.com dalam hal internet dan sosial media untuk pemasaran produk, d. Membuat produk dari pelaku usaha disabilitas menjadi makin dikenal oleh masyarakat (membangun awareness).

Kegiatan ini bertujuan untuk memotivasi dan memberi pemahaman kepada calon wirausahawan dan wirausahawan disabilitas terkait motivasi berwirausaha dan meningkatkan kemampuan pemasaran, khususnya dalam penggunaan media digital seperti website dan media sosial untuk memasarkan produk.

METODOLOGI

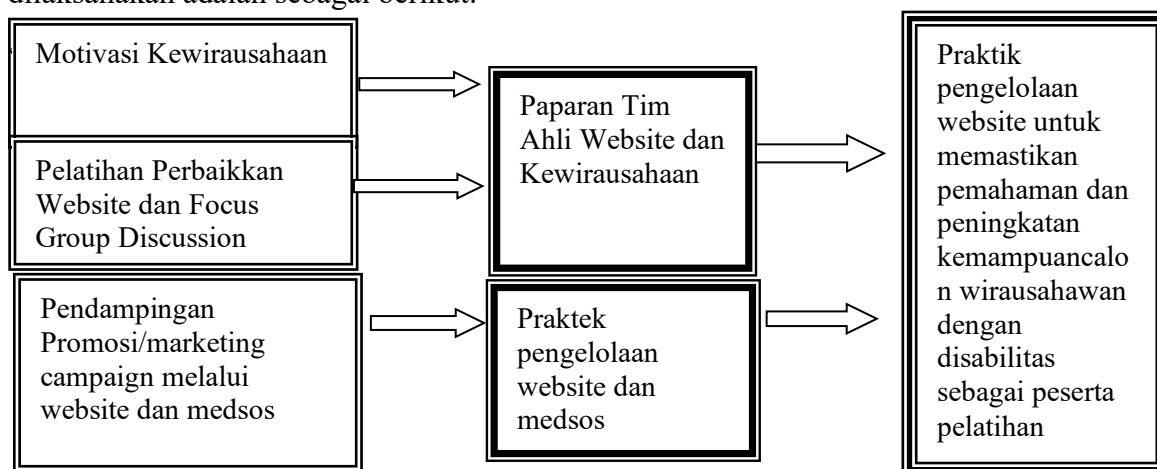
Kegiatan pelatihan ini dilakukan di kota Padang sebagai ibu kota Provinsi Sumatra Barat yang memiliki jumlah disabilitas yang cukup signifikan berdasarkan data dari Persatuan Penyandang Disabilitas Indonesia (PPDI). Lokasi kegiatan pelatihan ini yaitu di Hotel Kawana Padang dengan fasilitas seminar yang memadai untuk melaksanakan pelatihan website dan media digital. Peserta pelatihan mayoritas berdomisili di kota Padang. Tempat yang dipilih juga mempertimbangkan akses bagi penyandang disabilitas sebagai peserta kegiatan yang mayoritas tuna daksa sehingga membutuhkan akses kursi roda.

Desain Kegiatan

Desain kegiatan ini adalah memberikan motivasi dan bekal bisnis kepada calon wirausahawan dengan disabilitas. Pelatihan dilaksanakan oleh dosen, ahli website dan konten creator media sosial, mahasiswa dan wirausahawan dengan disabilitas yang bisa menjadi role model bagi sesama penyandang disabilitas.

Peserta Kegiatan

Pelaksanaan pelatihan dilaksanakan secara langsung diikuti oleh 25 orang calon wirausahawan dan wirausahawan dengan disabilitas yang telah memiliki pengalaman dalam menggunakan media digital. Ruang Lingkup kegiatan yang dilaksanakan adalah sebagai berikut:



Gambar 2 Ruang Lingkup Kegiatan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemberian Motivasi Berbisnis

Motivasi merupakan hal yang sangat penting dalam memulai bisnis. Pelaksanaan kegiatan ini diawali dengan pemberian motivasi bahwa calon wirausahawan dengan disabilitas tak kalah bersaing dengan wirausahawan biasa. Penekanan aspek kemampuan pada wirausahawan dengan disabilitas meningkatkan rasa percaya diri dalam memulai bisnis. Untuk memulai sebuah bisnis, seorang wirausahawan harus mampu membaca pasar serta menciptakan produk yang dapat diterima oleh pasar. Peningkatan motivasi berwirausaha ini langsung disampaikan oleh Prof. Donard Games yang merupakan Guru Besar Universitas Andalas untuk bidang ilmu kewirausahaan. Dalam sesi motivasi ini, para wirausahawan dengan disabilitas lainnya juga ikut memberikan motivasi dan cerita sukses. Hasil dari kegiatan motivasi bisnis ini yaitu meningkatkan minat calon wirausahawan dengan disabilitas untuk memulai bisnis dan berpromosi secara digital. Hal ini sejalan dengan kajian sebelumnya bahwa media digital dapat menjembatani marketer dalam hal jarak dan waktu (Bisma & Pramudita, 2020; Indika & Jovita, 2017). Peserta kegiatan menyatakan mereka bersemangat untuk melakukan bisnis demi kemajuan ekonomi mereka dan keluarga.



Gambar 3 Pemberian Motivasi Berbisnis

Focus Group Discussion dengan Wirausahawan dan Calon Wirausahawan Disabilitas

Tantangan terbesar yang dihadapi wirausahawan dan calon wirausahawan dengan disabilitas adalah dalam aspek pemasaran, dimana produk yang telah dihasilkan seringkali sulit dipasarkan. Oleh karena itu, penting untuk mengembangkan produk yang unik dan inovatif sehingga memiliki daya jual yang lebih tinggi. Di samping itu,

strategi pemasaran yang efektif, termasuk menarik perhatian audiens melalui tampilan menarik di website, perlu dirancang agar produk dapat dikenal lebih luas dan diminati oleh konsumen.

Pengembangan aplikasi **karajoelok.com** menghadapi tantangan besar, terutama karena membutuhkan tim khusus yang fokus menangani pengelolaan dan pengembangannya. Salah satu prioritas utama adalah bagaimana meningkatkan visibilitas **karajoelok.com** agar lebih dikenal oleh publik, baik di tingkat lokal maupun internasional. Dalam prosesnya, diharapkan platform ini dapat menjadi jembatan bagi terciptanya transaksi bisnis yang signifikan antara pelaku usaha dan pelanggan. Hasil kegiatan ini adalah perbaikan website **karajoelok.com** untuk menjalin hubungan dengan pemerintah dan membuka peluang kerja sama dengan pihak luar negeri. Platform ini juga memberikan layanan bagi pelaku usaha untuk mengurus perizinan penting seperti BPOM dan sertifikasi halal. Untuk meningkatkan kualitas produk, standar kriteria yang ketat akan diberlakukan, sehingga produk yang dipasarkan melalui **karajoelok.com** dapat memiliki daya saing tinggi dan menjadi lebih dikenal di pasar. Hasil dari kegiatan juga memberikan peluang untuk calon wirausahawan dengan disabilitas menampilkan produk mereka pada website yang telah dirancang.



Gambar 4. Foto Bersama Calon Wiraushawan dengan Disabilitas

Dari hasil Fokus Grup Discussion (FGD) yang dilakukan pada tanggal 07 September 2024, maka didapatkan beberapa pokok pembahasan dari permasalahan yang dihadapi oleh para wirausaha disabilitas.

Website Karajoelok.com digunakan sebagai media untuk promosi produk dari penyandang disabilitas. Dari hasil diatas terlihat bahwa yang menjadi permasalahan utama dari karajoelok adalah websitenya. Karajoelok.com terkendala dalam melakukan pembaruan terhadap website. Hal ini disebabkan karena kurangnya orang atau sumber daya manusia yang tepat untuk pengelolaannya sehingga website karajoelok tidak ada pengembangan tampilan dashboard.

Lebih lanjut, beberapa aspek perbaikan yang juga perlu menjadi perhatian ke depannya adalah dalam hal produk. Pada era industri 4.0 perkembangan industri dan

[illegible]

Media promosi yang dilakukan oleh karajoelok hanya berdasar dari website yang mana laman ini hanya menampilkan beberapa foto dan pengenalan tentang karajoelok. Hal yang menjadi kendala yaitu pengenalan tentang produk yang tersedia di website karajoelok.com. Sehingga branding produk dalam website ini tidak tercapai dan engagement kepada calon konsumen juga tidak terjadi. Sedangkan, penggunaan media ini akan memberikan manfaat salah satunya percepatan menghubungkan antara UMKM dengan konsumennya melalui penggunaan internet tersebut (Sari et al., 2019). Maka dari itu perlu dilakukan perbaikan dalam promosi ke sosial media seperti, foto yang lebih menarik, penambahan caption dengan penggunaan jenis tulisan yang nyaman dimata calon konsumen. Rachdian sebagai ahli yang diundang dalam pemaparan terkait website menyatakan menyatakan bahwa:

Dalam hal ini diperlukan pembaruan pada website dan cara memasarkan produk melalui sosial media. Pembaruan pada website meliputi pada penambahan fitur dan perbaikan pada *landing page website* karajoelok.com. Salah satu dari peserta FGD menyatakan bahwa:

Peningkatan motivasi berwirausaha dan perbaikan website bagi calon wirausahawan disabilitas di Sumatra Barat
Dessy Kurnia Sari, dkk. Hal. 421-432

Dari pernyataan diatas, website karajoelok.com perlu perbaikan pada tampilan sehingga dapat memudahkan calon konsumen untuk mengakses produk apa yang tersedia di karajoelok.com serta mempermudah untuk melakukan pembelian melalui website. Hal lain yang juga harus diperhatikan yakni konsistensi dalam memposting iklan pada sosial media yang digunakan seperti TikTok dan Instagram dan membuat postingan yang sesuai dengan trend terkini sehingga akan terbangun interaksi dengan konsumen.

Shulthoni et al (2020) juga telah melakukan kegiatan pembuatan dan pengelolaan website pada sebuah desa sebagai bentuk kemudahan akses informasi untuk dijadikan tujuan wisata desa dimana diharapkan akan membantu meningkatkan promosi desa wisata yang berkembang. Pembuatan website ini dinilai sebagai salah satu media cepat dan luas dalam penyebaran informasi. Media social juga tidak bisa dianggap remeh oleh UMKM karena perannya dalam menggerakkan kesuksesan signifikan untuk mempengaruhi masyarakat (Dewi et al., 2024). Dengan demikian, website dan media sosial merupakan sarana pemasaran yang perlu mendapatkan perhatian dari wirausawan di Indonesia bahkan seluruh dunia (Bisma & Pramudita, 2020; Indika & Jovita, 2017).

Sebelum melakukan promosi di sosial media diperlukan beberapa perbaikan pada logo karajoelok dan tampilan sosial media yang akan digunakan. Beberapa saran yang didapatkan pada saat pelaksanaan FGD terkait perbaikan media promosi yakni:

1. Perbaikan pada logo terlebih dahulu karena logo kurang menarik
2. Melakukan perubahan jenis akun dari akun biasa ke akun professional agar mempermudah untuk mengelola penjualan
3. Tambahkan Linktree pada bio instagram yang langsung terhubung dengan Whatsapp admin agar mempermudah calon konsumen untuk berkomunikasi jika ada yang ingin ditanyakan oleh konsumen
4. Membuat postingan yang eyecatching dan aesthetic dengan menggunakan jenis tulisan yang stabil dan penambahan caption yang menarik dan bersifat persuasif
5. Tambahkan fitur sorotan yang ada di instagram agar bisa menjelaskan tentang produk yang tersedia
6. Postingan sesuai trend dengan kualitas yang bagus dan bisa membuat pengenalan untuk setiap postingan produk agar terlihat menarik
7. Ubah tampilan instagram dengan penambahan detail tagar terlihat lebih menarik

Selain perbaikan pada media promosi baik pada website dan sosial media, para wirausahawan dan calon wirausahawan dengan disabilitas juga memerlukan pendampingan untuk berwirausaha dalam membuat suatu produk.

Pengembangan Website, Media Sosial dan Solusi Pemasaran Produk Wirausahawan dan calon Wirausahawan dengan Disabilitas (Karajoelok.com)

Website berperan penting dalam mendukung kegiatan promosi produk, sehingga diperlukan tampilan yang menarik dan informatif. Salah satu langkah yang diambil adalah dengan menciptakan foto produk yang lebih baik dan menarik, guna meningkatkan daya tarik visual bagi konsumen. Selain itu, desain postingan dan caption yang kreatif juga disusun agar mampu menarik perhatian audiens. Keunikan produk menjadi faktor pembeda, dan dengan melakukan postingan secara rutin, diharapkan dapat membangun interaksi yang lebih erat dengan audiens serta meningkatkan

keterlibatan mereka dalam setiap aktivitas pemasaran. Pada tahap awal pengembangan **karajoelok.com**, tampilan website difokuskan pada penyajian profil dan branding perusahaan agar pengunjung memahami visi dan misi dari platform ini. Navigasi yang jelas juga dirancang untuk memudahkan pengguna menemukan produk-produk yang tersedia. Mengembangkan website yang menarik membutuhkan pendekatan yang komprehensif, mulai dari desain, konten. Pengelolaan digital ini akan melibatkan otomatisasi organisasi dan transaksi online dalam meningkatkan pelayanan (Yuskar et al., 2022).

Berikut adalah hasil kegiatan yang diberikan pada calon wirausahawan dan wirausahawan dengan disabilitas:

1) Merancang Desain Visual yang Menarik

Perbaikan tampilan website diarahkan pada penggunaan palet warna yang sesuai dengan identitas merek yang di branding karajoelok.com sebagai website yang memasarkan produk wirausahawan dengan disabilitas. font yang profesional dan mudah dibaca di semua perangkat yang digunakan pengguna.

2) Mengarahkan pada tampilan yang responsif dan ramah untuk diakses melalui handphone

Mengamati kebutuhan pasar adalah hal yang sangat penting. Banyak pengguna mengakses website melalui perangkat seluler sehingga perlu dipastikan situs karajoelok.com mudah diakses, cepat dimuat, dan nyaman digunakan di berbagai ukuran layar. Hal ini dipastikan melalui kegiatan pengembangan website yang dilakukan saat pelatihan.

3) Konten yang Menarik dan Relevan

Program ini juga diarahkan untuk memastikan bahwa konten relevan sesuai kebutuhan konsumen. Foto, video, infografis, dan elemen visual berkualitas untuk menarik perhatian ditampilkan pada website dan media sosial. CTA (Call to Action) yang jelas juga dilakukan pada kegiatan seperti penambahan kata-kata "Beli Sekarang," "Hubungi Kami," atau "Pelajari Lebih Lanjut" untuk mendorong pengunjung melakukan tindakan.

4) Navigasi yang Mudah

Pada kegiatan pelatihan ini dikedepankan tujuan pembuatan website untuk menyediakan navigasi yang mudah diakses dan dimengerti oleh pengunjung sehingga dapat menemukan informasi yang mereka butuhkan dengan mudah di website karajoelok.com.

5) Keamanan dan Kepercayaan

Perbaikan website dilakukan menggunakan SSL untuk memastikan website aman bagi pengguna, terutama jika ada transaksi atau data pribadi yang terlibat. Untuk menambah kepercayaan konsumen dilakukan penambahan testimoni dan review dari pelanggan. Dengan demikian, diharapkan calon konsumern akan makin yakin pada kredibilitas produk yang ditawarkan karajoelok.com

6) Melakukan Update Website dan Media Sosial

Memperbarui Konten: Perbaruan website dilakukan pada konten agar website tetap relevan dan menarik bagi pengunjung untuk kembali ke website karajoelok.com.

Penambahan postingan Blog atau Artikel: Penambahkan blog dengan artikel terbaru yang memberikan nilai lebih bagi audiens. Menjelaskan story bagaimana produk yang dijual dapat sampai ke konsumen, misalnya membuat video pendek tentang profil karajoelok.com yang merupakan platform yang didesain untuk membantu kemandirian ekonomi penyandang disabilitas. Video tentang bagaimana sebuah produk dihasilkan dan bagaimana sebuah bisnis dijalankan oleh wirausahawan disabilitas dilakukan untuk memberikan informasi yang menarik bagi konsumen.

Pemantauan Kegiatan Wirausahawan dan Calon Wirausahawan secara Online

Di sisi lain, perbaikan juga dilakukan pada akun media sosial, khususnya Instagram, di mana logo diubah dari warna yang terlalu terang menjadi hijau yang lebih lembut dan nyaman dipandang. Selain itu, akun Instagram **karajoelok.com** yang sebelumnya berupa akun pribadi, harap diubah menjadi akun bisnis untuk memaksimalkan fitur-fitur yang relevan dengan kebutuhan usaha. Hasil dari kegiatan ini terbukti meningkatkan estetika tampilan, desain postingan dibuat lebih *eye-catching* dengan penggunaan font yang konsisten dan nyaman dilihat. Sorotan (highlight) yang ada di Instagram juga ditambahkan, berisi informasi detail tentang produk-produk yang dijual. Selanjutnya, tim berkomitmen untuk terus menghasilkan konten berkualitas tinggi yang menarik, serta membangun interaksi yang lebih kuat dengan audiens guna memperkuat brand engagement.

Untuk mengoptimalkan penggunaan media sosial seperti Instagram, TikTok dan YouTube Karajoelok.com, tim sosial media dibentuk untuk membantu penyandang disabilitas memasarkan produk mereka. Tim ini menghasilkan foto dan video berkualitas, yang kemudian diposting secara konsisten melalui perencanaan kalender media sosial. Dengan jadwal posting yang telah diatur, tim dapat memastikan adanya konten yang rutin dan terstruktur. Selain itu, juga dibuat rencana atau katalog deadline yang membantu memastikan setiap tugas selesai tepat waktu. Dalam upaya meningkatkan konten, tim juga akan mengunjungi Sekolah Luar Biasa (SLB) untuk melakukan sesi foto produk yang menarik dan berkualitas. Untuk meningkatkan engagement, strategi yang difokuskan termasuk optimalisasi konten artikel serta pembuatan template yang konsisten agar menciptakan identitas visual yang khas di setiap platform media sosial.

Upaya peningkatan daya saing usaha memerlukan strategi yang efektif oleh pelaku UMKM yang sejalan dengan penelitian sebelumnya (Luthan et al., 2022). Penjualan sebuah produk tidak lepas dengan yang namanya promosi produk yang dijual melalui iklan di website ataupun promosi di sosial media (Sumarna & Pramudita, 2020; Muzakki, 2019). Pemasaran produk dilakukan melalui pengembangan strategi pemasaran menggunakan media sosial. Pemanfaatan media sosial ini sangat mendukung dalam memperkenalkan dan memasarkan produk kepada konsumen (Lita et al., 2023). Pemanfaatan media social sebagai salah satu bentuk inovasi bisnis juga dilakukan dengan menciptakan konten dengan tema dan konsep yang relevan (Dewi et al., 2024).

Dengan pendekatan ini, diharapkan audiens lebih mudah mengenali dan berinteraksi dengan akun sosial media sehingga memajukan bisnis para wirausahawan dengan disabilitas.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan yang telah berlangsung pada tanggal 7 September 2024 telah terlaksana dengan baik. Kegiatan ini diikuti oleh 25 orang wirausahawan dan calon wirausahawan dengan disabilitas. Urgensi dari kegiatan ini yaitu kebutuhan pemasaran produk bagi wirausahawan dan calon wirausahawan dengan disabilitas yang haruslah tampil menarik. Tujuan dari kegiatan ini diantaranya untuk memberikan motivasi bisnis dan meningkatkan kemampuan bisnis secara digital bagi calon wirausahawan dengan disabilitas di Sumatra Barat dengan tempat kegiatan dilaksanakan di kota Padang. Metode pelaksanaan kegiatan dibagi menjadi tiga bagian yaitu motivasi berwirausaha, Focus Group Discussion terkait kebutuhan para wirausahawan dan calon wirausahawan dengan disabilitas, perbaikan website sesuai kebutuhan wirausahawan dan calon wirausahawan dengan disabilitas telah terlaksana dengan baik serta diikuti kegiatan pendampingan pemasaran produk.

Beberapa hal yang menjadi hasil kegiatan ini diantaranya meningkatkan kemampuan penyandang disabilitas yang tergabung dalam karajoelok.com dalam hal internet, website dan sosial media untuk pemasaran produk. Manfaat selanjutnya diharapkan setelah pelatihan pelaku usaha penyandang disabilitas dapat makin dikenal oleh masyarakat (membangun awareness). Kegiatan ini dikatakan tepat sasaran oleh UMKM dengan penyandang disabilitas ini, karena sesuai dengan kebutuhan mereka terkait aspek social media marketing. Setelah kegiatan ini, diharapkan para peserta kegiatan akan dapat meningkatkan daya tarik konsumen terhadap media sosial dan tampilan produk mereka.

Selama pelaksanaan kegiatan beberapa kendala di antaranya adalah dalam memastikan pemahaman yang cukup dari calon wirausahawan dengan disabilitas. Kemampuan digital yang tidak merata juga menjadi kendala pada pelatihan ini yang perlu mendapatkan perhatian yang lebih baik pada penelitian selanjutnya. Kebutuhan penyandang disabilitas sangat kompleks sehingga program kegiatan masyarakat yang mengarah pada kemampuan peningkatan berusaha penyandang disabilitas disarankan lebih spesifik dengan melihat kategori disabilitas yang mereka miliki disamping kemampuan untuk menerima dan mencerna informasi yang disampaikan oleh narasumber. Diharapkan untuk ke depannya lebih banyak program dalam membantu penyandang disabilitas untuk meningkatkan kemandirian ekonomi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Andalas yang telah mendanai kegiatan pengabdian masyarakat ini serta kepada karajoelok.com dan mitra yang telah berpartisipasi aktif dalam memajukan hasil karya penyandang disabilitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Bisma, M. A., & Pramudita, A. S. (2020). Analisa Minat Pembelian Online Konsumen Pada Saluran Distribusi Digital Marketplace Online di Kota Bandung. *Competitive*, 14(2), 36–44. <https://doi.org/10.36618/competitive.v14i2.617>
- BPS. (2023). *Indikator Pekerjaan Layak di Indonesia 2023*. <https://www.bps.go.id/id/publication/2024/04/30/8fe6c4f34d5f1b9953903873/indikator-pekerjaan-layak-di-indonesia-2023.html>
- Databoks. (2023). *Mayoritas Pekerja Disabilitas di Indonesia Berstatus Wirausaha*. <https://databoks.katadata.co.id/ketenagakerjaan/statistik/53fb8c7c90f8dc6/mayoritas-pekerja-disabilitas-di-indonesia-berstatus-wirausaha>
- Dewi, C. S., Indah, F. M., & Saputri, F. R. (2024). Training on Social Media Utilisation in Business Innovation for Legok Village Culinary MSMEs. *Warta Pengabdian Andalas*, 31(1), 7–15. <https://doi.org/10.25077/jwa.31.1.7-15.2024>
- Games, D., & Sari, D. K. (2019). Upaya Membangun Kemandirian Ekonomi Penyandang Disabilitas di Sumatera Barat: Suatu Pendekatan Pemasaran dan Inovasi Produk. *Urnal Hilirisasi IPTEKS*, 2(4). <https://doi.org/10.25077/JHI.V2I4.A.320>
- Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, 01(01), 25–32. <https://doi.org/10.24123/jbt.v1i01.296>
- Kasih, S. R., Ramdan, A. M., & Samsudin, A. (2020). Minat Beli Kaum Milenial Pengguna Instagram. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 3(1), 52–61. https://doi.org/10.26460/ed_en.v3i1.1628
- Lita, R. P., Juliyasri, I., Melia, S., Rahmi, D. Y., Mardiah, F. P., Meuthia, M., & Putra, R. E. (2023). Pengembangan Pemasaran Susu Kambing Melalui Media Sosial Pada CV Rokir Farm, Kabupaten Agam, Sumatera Barat. *Warta Pengabdian Andalas*, 30, 232–237. <https://doi.org/10.25077/jwa.30.2.232-237.2023>
- Luthan, L., Sarfika, R., & Anggraini, E. (2022). Pelatihan Perhitungan Harga Pokok Produksi Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Di Padang Tae Ampiang Parak Pesisir Selatan. *Warta Pengabdian Andalas*, 29, 148–155. <https://doi.org/10.25077/jwa.29.3.148-155.2022>
- Muñoz, R. M., Salinero, Y., & Fernández, M. V. (2020). Sustainability, entrepreneurship, and disability: A new challenge for universities. *Sustainability (Switzerland)*, 12(6), 1–11. <https://doi.org/10.3390/su12062494>

- Mutamima, A., Ardi, F. N., & Fitrianingrum, T. I. (2022). Pembimbingan dan Pendampingan Pendaftaran HKI Merek Dagang pada UMKM di Desa Kualu Kabupaten Kampar. *Warta Pengabdian Andalas*, 29(3), 267–275. <https://doi.org/10.25077/jwa.29.3.267-275.2022>
- Muzakki, M. R. (2019). *Pengaruh Informativeness, Entertainment dan Irritation Isi Iklan di Facebook terhadap Attitude Toward Advertising: dengan Mediator Advertising Value pada Generasi Milenial di Yogyakarta* [Universitas Islam Indonesia]. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/16194/>
- Sari, D. K., Darlis, V., & Meidilisa, V. (2019). Penerapan mobile marketing dan perbaikan packaging pada umkm sumatera barat tepung Dan olahan sala uni Jamila. *Jurnal Hilirisasi IPTEKS*, 2(3B), 305–314. <https://doi.org/doi:10.25077/jhi.v2i3.b.327>
- Sari, D. K., Games, D., Albar, B. ., & Amsal, A. A. (2021). Implementasi Inovasi “Baraka” untuk Kewirausahaan Penyandang Disabilitas. *Warta Pengabdian Andalas*, 28(4), 528–539. <https://doi.org/http://doi.org/https://doi.org/10.25077/jwa.28.4.528-539.2021>
- Sari, D. K., Suziana, S., & Games, D. (2020). An evaluation of social media advertising for Muslim millennial parents. *Journal of Islamic Marketing*, 12(9), 1835–1853. <https://doi.org/10.1108/JIMA-02-2020-0055>
- Shulthoni, M., Roziq, A., Hisamuddin, N., & Yuliati, L. (2020). Perancangan Website Untuk Desa Mayangan Sebagai Media Informasi Dan Promosi. *Warta Pengabdian Andalas*, 27, 72–79. <https://doi.org/DOI: 10.25077/jwa.27.2.72-79.2020>
- Sumarna, D. L., & Pramudita, A. S. (2020). Pengaruh Kualitas Jasa Kurir terhadap Minat Beli Konsumen E-commerce. *Jurnal Ekonomi Dan Industri*, 21(1), 45–52. <https://doi.org/10.35137/Jei.V21i1.401>
- Yuskar, Y., Bahari, A., Defitri, S. Y., Ekaputra, E. G., Rahmadoni, J., & Mazelfi, I. (2022). Fostering Nagari’s Performance in West Sumatera in Actualizing Smart Government. *International Conference on Information Technology Systems and Innovation (ICITSI)*, 404–410. <https://doi.org/10.1109/ICITSI56531.2022.9970777>