



OPTIMALISASI PEMASARAN DALAM KEBERLANJUTAN PROGRAM BENGKEL ALAT BANTU DISABILITAS BERBASIS MEDIA SOSIAL

**Qonita Tinia¹, Shalwa Maulita², Siti Sofiaty³, Lucky Dwi Ariani⁴, Handayani Nurhayati⁵,
Nawang Warsi Wulandari⁶**

¹*Sistem Informasi, Universitas Merdeka Malang. Jalan Terusan Dieng No. 62-64 Klojen*

²*Administrasi Publik, Universitas Merdeka Malang. Jalan Terusan Dieng No. 62-64 Klojen*

³*Manajemen, Universitas Merdeka Malang. Jalan Terusan Dieng No. 62-64 Klojen*

⁴*Hukum, Universitas Merdeka Malang. Jalan Terusan Dieng No. 62-64 Klojen*

⁵*Administrasi Publik, Universitas Merdeka Malang. Jalan Terusan Dieng No. 62-64 Klojen*

⁶*Psikologi, Universitas Merdeka Malang. Jalan Terusan Dieng No. 62-64 Klojen*

*e-mail: qonitatinia@gmail.com¹, salwamaulita@gmail.com², sitisofiaty56@gmail.com³,
luckydwiariani39@gmail.com⁴, handayaninurhayati9@gmail.com⁵, nawang.warsi@unmer.ac.id⁶*

ABSTRAK

Bengkel Disabilitas di Desa Bedali merupakan salah satu program kerja dari Omah Difabel yang berfokus pada perbaikan alat bantu disabilitas. Dengan memberdayakan masyarakat penyintas disabilitas dalam mengelola bengkel, diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat disabilitas dan dapat menghapus pandangan negatif mengenai penyintas disabilitas. Bengkel Disabilitas ini tergolong baru di Malang Raya sehingga membutuhkan promosi yang cukup gencar kepada masyarakat. Dalam pelaksanaannya, kegiatan promosi bengkel hanya sebatas ucapan dari mulut ke mulut dengan relasi dari Omah Difabel. Maka dari itu penulis tertarik untuk memperluas jangkauan promosi dengan memanfaatkan media sosial yang cukup banyak pengguna aktif dari berbagai golongan masyarakat dan usia. Dalam mencapai tujuan tersebut, penulis melakukan pelatihan kepada pengelola Bengkel Disabilitas mengenai pemanfaatan media sosial sebagai media promosi dan cara mengelola media sosial supaya menarik banyak pengunjung kedalam akun Bengkel Disabilitas. Pelatihan ini diharapkan mampu meningkatkan soft skill pengelola Bengkel Disabilitas dan meningkatkan jumlah pelanggan yang menggunakan jasa Bengkel Disabilitas.

Kata Kunci: Optimalisasi 1, Pemasaran 2, Disabilitas 3.

ABSTRACT

The Disability Workshop in Bedali Village is one of the work programs of Omah Difabel which focuses on repairing disability aids. By empowering people with disabilities to manage workshops, it is hoped that it can improve the welfare of the disabled community and can erase negative views about disability survivors. This Disability Workshop is relatively new in Malang, so it requires a fairly vigorous promotion to the community. In its implementation, workshop promotion activities are only limited to word of mouth with relations from Omah Difabel. Therefore, the author is interested in expanding the reach of the promotion by utilizing social media which has quite a lot of active users from various groups of people and ages. In achieving this goal, the authors conducted training for Disability Workshop managers regarding the use of social media as a promotional medium and how to manage social media in order to attract many visitors to the Disability Workshop account. This training is expected to be able to improve the soft skills of Disability Workshop managers and increase the number of customers who use the services of Disability Workshops.

Keywords: Optimization 1, Marketing 2, Disability 3.

PENDAHULUAN

Teknologi internet merupakan media informasi yang sangat bermanfaat dalam penyebaran informasi. Internet mampu diakses selama 24 jam penuh dan dapat diakses oleh siapapun dan dimanapun selama terhubung dengan koneksi. Teknologi internet memiliki dampak yang begitu besar bagi dunia bisnis (*e-commerce*) dengan dibukanya perdagangan melalui *online* dapat



memudahkan bagi masyarakat melihat informasi produk, memesan, atau membayar tanpa harus datang ke tempat. Pemanfaatan teknologi internet ini memberikan peluang besar bagi dunia bisnis (*e-commerce*) dalam melakukan penjualan dan memperoleh keuntungan yang besar, karena calon konsumen yang dapat mengakses bisa dari wilayah seluruh dunia. Saat ini dengan semakin berkembangnya teknologi dan internet di Indonesia, mempunyai dampak yang sangat besar terhadap bisnis penjualan yang ada di Indonesia, yaitu mulai dari cara beriklan, cara jual-beli dan peran, serta jejaring sosial. Pemanfaatan konsep pemasaran secara digital memberikan harapan besar sebagai sumber kekuatan ekonomi di berbagai wilayah. Teknologi internet yang digunakan sebagai medium pemasaran yang efektif dengan jangkauan yang sangat luas tidak terbatas oleh ruang dan waktu, sehingga pelaku usaha dapat memanfaatkan sebagai sarana untuk meningkatkan jangkauan pasar. (Djamaludin et al., 2016)

E-commerce adalah kumpulan teknologi, aplikasi, dan bisnis yang menghubungkan perusahaan atau perseorangan sebagai konsumen untuk melakukan transaksi elektronik, pertukaran barang, dan pertukaran informasi melalui internet atau situs web. *E-commerce* memberikan ruang gerak bagi para pelaku usaha di mana mereka dapat menjual produknya secara *online* melalui internet sehingga dapat memudahkan pelaku usaha dalam mengenalkan atau mempromosikan produknya kepada calon konsumen maupun masyarakat. *E-commerce* merupakan teknologi yang menjadi kebutuhan mendasar setiap organisasi yang bergerak di bidang perdagangan. *E-commerce* merupakan cara bagi konsumen untuk dapat membeli barang yang diinginkan dengan memanfaatkan teknologi internet. Pemanfaatan teknologi *e-commerce* dapat dirasakan oleh konsumen (*business to consumer*) maupun oleh pelaku bisnis (*business to business*).

Di masa pandemi ini perkembangan teknologi semakin pesat bahkan erat kaitannya dengan kehidupan manusia. Masa pandemi sekarang kebanyakan perusahaan telah mengambil kebijakan seperti sekarang membuat orang takut untuk bersosialisasi secara langsung. Bahkan untuk melakukan transaksi secara langsung pun orang harus menaati protokol kesehatan. Sehingga efisiensi dalam bertransaksi tidak lagi dapat dirasakan. Inilah yang terjadi di masa pandemi, pekerjaan yang sifatnya tatap muka dilakukan secara daring. Apalagi semenjak diberlakukannya social distancing, di mana semua kegiatan masyarakat dibatasi bahkan tempat pendidikan maupun perbelanjaan mulai ditutup, akibatnya kegiatan masyarakat berpindah secara daring.

Dengan dukungan teknologi, kemudahan kegiatan masyarakat seperti berbelanja akan semakin simple dan mudah. Sehingga bukan hanya para calon konsumen saja yang diuntungkan, melainkan para pelaku usaha juga sangat diuntungkan dalam hal ini. *E-commerce* ini dapat mempermudah pelaku usaha untuk menginformasikan produknya secara detail sesuai yang dibutuhkan konsumen. Bahkan mereka dapat menyisipkan desain, gambar, atau foto suatu produk sehingga konsumen yang melihat akan tertarik dan berminat membelinya. Tidak hanya itu, pengalaman konsumen yang personal memungkinkan konsumen untuk membuat profil pengguna. Dengan begitu akan pernah meningkatkan *followers* toko hingga memiliki konsumen tetap dan kemudahan promosi juga dapat dilakukan secara berkelanjutan. (Sasa et al., 2021)

Disisi lain, dengan adanya *e-commerce* calon konsumen akan lebih mudah mencari produk sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan. Selain itu, calon konsumen bisa lebih mudah melakukan cara pembayaran yang disajikan dengan beberapa pilihan, hingga berkomunikasi dengan penjual



akan lebih cepat dan mudah. Kemudahan yang ada saat ini merupakan wujud dari manfaat kemajuan perkembangan teknologi.

Salah satu media yang dapat digunakan sebagai sarana promosi adalah media sosial. Penggunaan media sosial berkembang dengan pesat di seluruh dunia, termasuk juga di Indonesia. Bagi individu, motivasi menggunakan media sosial adalah mencari informasi, berbagi informasi, hiburan, relaksasi, dan interaksi sosial (Whiting dan Williams dalam La Moriansyah, 2015: 187). Bagi organisasi atau perusahaan, media sosial banyak digunakan sebagai media atau alat untuk melakukan komunikasi pemasaran. Tidak seperti media tradisional yang hanya mampu menerapkan komunikasi satu arah, media sosial mampu menerapkan komunikasi dua arah atau lebih. Menggunakan media sosial sebagai alat komunikasi pemasaran tidak hanya seperti menggunakan internet dan teknologi, akan tetapi harus menggunakan taktik dan strategi komunikasi (Wingstrom dan Wigmo dalam La Moriansyah, 2015: 187).

Pemanfaatan teknologi bagi pelaku usaha sangat menunjukkan perkembangan yang signifikan. Dimana salah satunya yang terjadi pada bengkel disabilitas di Desa Bedali. Bengkel Disabilitas merupakan bengkel yang mengembangkan alat bantu bagi penyandang disabilitas, seperti kursi roda. Bengkel ini bergerak secara mandiri, tidak mengandalkan karyawan, melainkan para penyandang disabilitas langsung yang menjadi tenaga pengelola di bengkel ini. Bengkel disabilitas memiliki peran penting dalam membantu aksesibilitas para penyandang disabilitas baik di desa Bedali maupun di luar desa tersebut. Sebagai usaha yang baru dalam tahap pengembangan, sangat penting mengetahui dengan mendalam kapabilitas media sosial sebagai alat komunikasi pemasaran, kemampuan apa saja yang dapat dicapai jika menggunakan media sosial sebagai alat pemasaran. Optimalisasi pelatihan *e-commerce* bagi bengkel disabilitas dilakukan agar bengkel tersebut mampu berkembang secara maksimal dan mempromosikan diri agar masyarakat di Bedali maupun di luar Bedali mengetahui dan merasakan manfaat dari bengkel tersebut. Bengkel disabilitas merupakan satu-satunya bengkel yang ada di Malang raya. Sehingga dengan adanya pelatihan *e-commerce* ini diharapkan bengkel tersebut dapat mempromosikan diri dan menjual produknya melalui media sosial ataupun situs web, sehingga apabila *e-commerce* dapat berjalan dengan baik bengkel tersebut akan membuka cabang di tiap kecamatan agar tidak kesulitan bagi mereka yang jauh dari bengkel.

Pada pelatihan *e-commerce* ditargetkan untuk pengelola Bengkel Disabilitas yang merupakan penyandang disabilitas dari lingkaran sosial dengan klasifikasi umur diatas 20 tahun yang berjumlah 5 orang. Penyandang disabilitas yang menjadi peserta pelatihan, yaitu 1 orang disabilitas akibat kusta, 2 orang disabilitas mental, 1 orang disabilitas fisik, dan 1 orang disabilitas ganda : fisik dan mental.

Bengkel disabilitas di Desa Bedali, Kecamatan Lawang, Kabupaten Malang, sangat berpotensi, mengingat Desa Bedali merupakan desa inklusi, dimana salah satu program desa inklusi adalah Omah Difabel. Bengkel alat bantu disabilitas ini adalah salah satu sektor yang dikembangkan oleh Omah Difabel. Tidak hanya itu, Omah Difabel juga memiliki berbagai macam sektor antara lain, produksi kopi, ternak ulat, ternak jamur, pembuatan batik, pembuatan keset, serta beberapa makanan ringan yang diolah oleh penyandang disabilitas. Desa Bedali juga bekerja sama dengan Lingkaran Sosial (Linksos) yang menerapkan program desa inklusi, serta mencanangkan bahwa tata kelolanya melibatkan peran aktif masyarakat dalam perspektif keragaman sosial termasuk didalamnya para penyandang disabilitas.



METODE

Metode yang digunakan dalam pelatihan Bengkel Disabilitas adalah ceramah dan diskusi yang dilaksanakan selama satu hari pada tanggal 2 Oktober 2021 dan diikuti oleh pengelola Bengkel Disabilitas. Kegiatan ini bertempat di Balai Desa Bedali, Kecamatan Lawang, Kabupaten Malang. Acara dipandu oleh MC dan dibuka oleh Ketua Linksos, kemudian pada sesi pelatihan diserahkan sepenuhnya kepada narasumber.

Metode ceramah merupakan cara penyampaian pembelajaran dengan peraturan secara lisan ataupun penjelasan secara langsung kepada peserta didik. Metode ini adalah cara mengimplementasikan strategi pembelajaran ekspositori (Wina Sanjaya, 2006: 147). Pada pelatihan Bengkel Disabilitas, narasumber menyajikan materi dengan tema yang sudah dipilih sesuai dengan kebutuhan promosi Bengkel Disabilitas, yaitu terkait pemanfaatan sosial media untuk membantu pemasaran produk. Pemanfaatan sosial media lebih difokuskan pada pengenalan materi Instagram dan pengenalan Materi Google Bisnisku. Pada sesi pengenalan materi Instagram narasumber menjelaskan Instagram untuk bisnis, fenomena *username*, mendapatkan order dari gambar di Instagram, 1.000 *followers* pertama, hashtag, market Instagram mendunia, foto dan *caption*, serta efek *work of mouth* di Instagram. Sedangkan sesi pengenalan materi Google Bisnisku narasumber menjelaskan fungsi Google Bisnisku untuk mengelola kehadiran di internet melalui Google, termasuk Penelusuran dan Maps.

Metode diskusi adalah suatu proses yang melibatkan dua individu atau lebih, berintegrasi secara verbal dan saling berhadapan saling tukar informasi (*information sharing*), saling mempertahankan pendapat (*self maintenance*) dalam memecahkan sebuah masalah tertentu (Armai Arief, 2002: 145). Setelah penyampaian materi, MC membuka sesi diskusi secara terbuka untuk mengetahui kendala yang dihadapi oleh pengelola Bengkel Disabilitas serta mencoba berbagi informasi terkait pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi. Dengan komunikasi dua arah antara narasumber dan peserta pelatihan aktivitas membuka wawasan dan pengalaman dari peserta dapat berjalan dengan lancar. Pada sesi diskusi terdapat hal menarik, yaitu terdapat salah satu peserta yang menceritakan pengalamannya terkait mengelola serta mengoperasikan akun media sosial yang dimilikinya. Hal tersebut dapat dijadikan sebagai kekuatan Sumber Daya Manusia Bengkel Disabilitas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Pelatihan *e-commerce* dilaksanakan selama 1 (satu) hari mulai pukul 09.00 – 11.15 WIB menggunakan metode ceramah dan menampilkan tutorial dari beberapa materi. Pelatihan ini membahas mengenai pemanfaatan media sosial untuk pemasaran produk dan dengan materi yang



difokuskan pada aplikasi Instagram dan juga diberikan ulasan singkat mengenai Google Bisnisku. Materi pada pelatihan *e-commerce* membuka wawasan peserta pelatihan mengenai cara memasarkan jasa dengan baik serta pentingnya mengelola media sosial agar menarik banyak pengunjung. Berikut ini penjabaran materi yang didapatkan oleh peserta pelatihan *e-commerce*

Tabel 1. Materi pelatihan *e-commerce*

Materi		Content
Instagram untuk bisnis	1)	Jumlah pengguna instagram
	2)	Negara dengan jumlah pengguna instagram terbanyak
Fenomena Username	1)	Username
Mendapatkan order dari gambar di instagram		
1.000 followers pertama	1)	Cara mendapatkan followers banyak
Hashtag	1)	Apa itu hashtag
	2)	Hashtag yang relevan
	3)	Fungsi SEO instagram
	4)	Menggunakan hashtag secukupnya
Market instagram mendunia	1)	Kenapa bisa mendunia?
Foto dan caption		
Efek word of mouth di instagram		

Instagram untuk Bisnis

Pengenalan Instagram sebagai salah satu media sosial yang banyak digunakan di Indonesia. Dengan mengandalkan visual, Instagram sangat cocok apabila digunakan untuk pemasaran. Dengan resolusi yang baik dan jelas tentunya akan semakin menarik minat orang untuk mengunjungi akun Instagram Bengkel Disabilitas.

Fenomena Username

Materi selanjutnya membahas mengenai penggunaan *Username* pada akun Instagram agar mudah diingat dan dicari oleh orang lain. *Username* juga bertujuan untuk mengungkapkan tujuan dari akun Instagram tersebut.

Mendapatkan Order dari Gambar di Instagram



Dalam materi ini peserta pelatihan diberikan pandangan bagaimana menyajikan visual grafik dengan prinsip jelas dan informatif. Selain itu diberikan juga contoh konten agar lebih dekat dengan pengikut akun Instagram.

1000 Followers Pertama

Diberikan petunjuk bagaimana untuk mendapatkan *followers* dengan cukup cepat.

#Hashtag

Materi ini menunjukkan bagaimana pengaruh *Hashtag* dalam sebuah unggahan konten di Instagram

Market Instagram Mendunia

Berisi tentang alasan mengapa melakukan pemasaran menggunakan Instagram merupakan pilihan yang tepat.

Foto & Caption

Materi berisi cara menuliskan *caption* yang menarik tetapi singkat dan jelas. Selain itu diberikan contoh foto yang bagus untuk di unggah di media sosial. Diberikan juga kapan waktu untuk mengunggah konten agar dikunjungi oleh banyak orang.

Efek Word of Mouth di Instagram

Materi ini membahas bagaimana pelayanan yang baik agar pengunjung merasa nyaman dan betah mengikuti sebuah akun Instagram.

Google Bisnisku

Materi ini memberikan ulasan singkat mengenai penggunaan Google Bisnisku. Nantinya selain penggunaan Instagram sebagai media pemasaran, Google Bisnisku bisa menjadi salah satu pilihan dalam memasarkan Bengkel Disabilitas.

PEMBAHASAN

Kegiatan pelatihan e-commerce- memiliki manfaat besar bagi para peserta pelatihan, karena selama ini penggunaan media sosial lebih banyak untuk berbagi informasi atau sekedar cerita kehidupan sehari-hari. Dengan adanya pelatihan ini, peserta pelatihan mengetahui bahwa pemasaran media sosial sangat berdampak besar apabila diterapkan untuk perkembangan Bengkel Disabilitas yang masih tergolong baru dan sedang dalam tahap pengenalan kepada masyarakat umum. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Zainal dan kawan-kawan, media sosial memberikan pengaruh pada peningkatan penjualan produk di UMKM Sidokumpul, meskipun belum terlalu besar karena periode



penelitian yang cukup singkat. Hal ini bisa menjadi salah satu alasan perlunya melakukan pemasaran melalui media sosial. Dengan berfokus pada visual grafik, pemasaran melalui media sosial juga mengembangkan kreativitas bagi peserta pelatihan.

Penggunaan media sosial sebagai pemasaran awal Bengkel Disabilitas merupakan pilihan yang tepat melihat saat ini banyak pelaku usaha melakukan cara yang sama. Salah satu alasan dipilihnya Instagram sebagai media pemasaran adalah jumlah pengguna yang cukup banyak. Diambil dari Hootsuite We are Social Indonesian Digital Report 2021, pengguna Instagram di Indonesia menempati urutan ketiga dengan 86,6% dari jumlah populasi sebanyak 274,9 juta penduduk. Dengan pengguna yang berasal dari berbagai golongan masyarakat maka semakin besar juga peluang untuk memperluas jangkauan pelanggan dari Bengkel Disabilitas. Kecepatan dalam mengakses Instagram saat ini juga sebagai faktor mengapa banyak pegiat usaha melakukan pemasaran melalui Instagram. Dengan menampilkan infografis yang menarik tentu akan menarik banyak minat pengunjung dan semakin ingin mencari tahu apa isi dari akun tersebut.

Melalui pelatihan yang dilaksanakan, penulis menyimpulkan bahwa pelatihan dalam waktu satu hari sangat kurang optimal. Perlu adanya pembiasaan yang dapat terus diasah seiring berjalannya operasi Bengkel Disabilitas. Karena pemasaran media sosial merupakan sesuatu yang baru bagi peserta pelatihan. Hal ini juga yang membuat penulis memutuskan akan merencanakan kembali pelatihan e-commerce pada bulan Desember. Pelatihan ini dilakukan untuk lebih meningkatkan keterampilan peserta pelatihan dalam pemasaran di media sosial dan memperluas jangkauan pelanggan Bengkel Disabilitas.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pelatihan yang sudah dilakukan, peserta pelatihan e-commerce telah mendapatkan informasi tentang manfaat media sosial dalam pemasaran produk serta pembuatan akun instagram sebagai media pemasaran Bengkel Disabilitas. Namun, akun instagram bengkel saat ini masih dalam tahap pengembangan dikarenakan cara promosi melalui media sosial merupakan hal yang baru. Berkenaan dengan hal tersebut diperlukan pembiasaan dalam mengelola Instagram seiring beroperasinya Bengkel Disabilitas. Penulis juga akan mengadakan pelatihan kembali secara intra untuk pengoptimalan promosi Bengkel Disabilitas. Sehingga dalam pelatihan selanjutnya diharapkan lebih meningkatkan keterampilan peserta/pengelola bengkel dalam pemasaran Bengkel Disabilitas melalui media sosial maupun situs web.



DAFTAR RUJUKAN

- Abidin Achmad, Z., Zendo Azhari, T., Naufal Esfandiar, W., Nuryaningrum, N., Farah Dhillah Syifana, A., & Cahyaningrum, I. (2020). Pemanfaatan Media Sosial dalam Pemasaran Produk UMKM di Kelurahan Sidokumpul, Kabupaten Gresik. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 17–31. <https://doi.org/10.15642/jik.2020.10.1.17-31>
- Arief, Armai. 2002. *Pengantar dan Metodologi Pendidikan Islam*. Jakarta: Ciputat Perss.
- Djamaludin, D., Anwar, A., & Rukmana, O. (2016). Peningkatan kemampuan usaha kecil menengah di wilayah bandung raya dalam pemanfaatan internet sebagai sarana pemasaran dan perluasan jangkauan pasar. *ETHOS: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 125–130.
- Sanjaya, Wina. 2006. *Strategi Pembelajaran Berorientasi Standar Proses Pendidikan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Sasa, S., Sapto Adi, D., Triono, M. A., & Supanto, F. (2021). Optimalisasi Usaha Kecil Menengah melalui Pelatihan Digital Marketing. *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 6(3), 358–371. <https://doi.org/10.26905/abdimas.v6i3.5366>.
- We Are Social. (2021). Digital 2021. Global Digital Insights, 103.