



This is an open article under the
CC-BY-SA license

PENDAMPINGAN BRANDING DIGITAL KELOMPOK DISABILITAS RUMAH PRODUKSI SABLON DI KOTA SURABAYA

Agus Budiman¹, Nurul Laili Mauliddah², Holy Ichda Wahyuni³

^{1,2,3}Universitas Muhammadiyah Surabaya

Agusbudiman@um-surabaya.ac.id^{*}, nurullailimauliddah@um-surabaya.ac.id², holyichdawahyuni@um-surabaya.ac.id³

Submitted : 01 Agustus 2024

Accepted : 30 Desember 2024

Published : 31 Desember 2024

Abstrak :Rumah produksi sablon kelompok disabilitas yang bertepat di jalan tempel, Sukaharjo Kota Surabaya merupakan kelompok disabilitas yang memiliki usaha bisnis kreatif. Usaha rumah produksi sablon milik Khamid salah satu dari beberapa penyandang disabilitas yang bergelut di bidang jasa kreatif. Rumah produksi kelompok disabilitas masih menggunakan alat manual yang penggunaannya terbilang susah. Kondisi ini sudah dijalani selama puluhan tahun, dia mengalami lumpuh kaki sejak lahir karena sakit polio. Permasalahan yang dihadapi oleh penggerak unit usaha mikro kecil dan menengah pada kelompok disabilitas ini adalah minimnya peralatan dalam produksi yang lebih mudah dan aksesibilitas, mengingat kelompok disabilitas ini terbatas dalam hal mobilitas. Selain Kurangnya strategi dalam branding produk, seperti logo produk serta foto produk. Serta kurangnya strategi pemasaran online dengan pemanfaatan marketplace. Pada permasalahan ini mitra memang masih melakukan penjualan secara konvensional, sehingga dalam hal pemasaran masih belum efektif. Terakhir, minimnya pelatihan serta pendampingan usaha khusus kelompok disabilitas dalam hal penjangkaran konsumen tetap. Adapun beberapa kegiatan yang sudah kami laksanakan meliputi workshop pendampingan branding digital usaha, workshop pengelolaan keuangan usaha serta workshop alat bantu asistif. Bebrapa alat batu asistif mulai dari pengelolaan serta alat bantu sablon juga kami sediakan berdasarkan kebutuhan mitra. Implementasi digital marketing dan sistem keuangan untuk mitra. Hasil yang dicapai mitra memahami terakit dengan branding digital, alat bantu asistif dan pengelolaan keunagan, mitra memiliki ketrampilan dalam branding digital, penggunaan alat bantu asistif dan pengelolaan keuangan serta mitra memiliki pendapatan lebih banyak dalam usagha rumah produksi sablon.

Kata Kunci: media pembelajaran, muhammadiyah, siswa slow learner, sekolah inklusi, virtual reality

1. PENDAHULUAN

Mitra yang menjadi sasaran dalam Program Kemitraan Masyarakat ini adalah rumah produksi sablon kelompok disabilitas, tepatnya di Jalan Tempel Sukorejo 1/113 Kota Surabaya.

Alasan memilih kelompok disabilitas karena pada kondisi masa transisi pasca pandemi seperti ini mereka (Kelompok disabilitas) butuh pendampingan terlebih kelompok- kelompok disabilitas yang

memiliki potensi kreatif untuk dikembangkan menjadi jasa produktif. Usaha rumah produksi sablon kelompok disabilitas ini masih terbilang maish kurang luas dalam penjualannya. Hal dikarenakan para pekerja rumah sablon ini minim pendampingan dalam hal pengemabangan digital marketing. Rumah Sablon kelompok disabilitas ini dipimpin oleh Khamid, seorang penyandang disabilitas berusia 49 tahun ini mengawali usaha sablon pada tahun 2001.

Meskipun memiliki kekurangan fisik, tidak menjadi hambatan bagi Pak Khamid untuk berhenti bekerja. Pak Khamid memiliki 2 pekerja yang memiliki keterbatasan fisik, sehingga selama beraktivitas para pekerja tidak memiliki kemudahan dalam penggunaan alat-alat yang ada.

Usaha rumah produksi sablon merupakan salah satu sektor yang cukup terdampak akibat pandemi. Banyak dari para pelaku usaha yang mengalami kesulitan untuk melanjutkan usahanya, termasuk Khamid. Menurut Khamid sebelum pandemi penjualan merchandise sablonnya berjalan sangat pesat, konsumen Khamid rata-rata konsumen yang diperoleh dari teman ke teman, mengingat para pelaku usaha belum memiliki kemampuan dalam melakukan promosi dalam ruang digital serta alat-alat yang digunakan terbilang susah sehingga proses sablon tersendat. Beberapa produk yang sudah dihasilkan Pak Khamid antara lain, Tas, Bulpain, Mug, Payung, kaos, topi. Selain itu, Pak Khamid juga memiliki kreatifitas dalam mengolah bahan-bahan bekas kayu menjadi miniatur kapal.

Jumlah tenaga pelaku usaha yang ada pada rumah sablon Khamid ada tiga. Pertama Eko seorang penyandang disabilitas tuna daksa yang bertugas dalam pembuatan merchandise, Halimah istri Khamid yang bertugas dalam mengurus

keuangan usaha dan yang terakhir yazid anak dari Khamid yang bertugas memegang sosial media usaha.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan Khamid pemilik rumah sablon menyatakan bahwa pasca pandemi merubah kondisi usaha Khamid, penjualan jasa produk sablonnya turun drastis. Menurutnya selama pandemi dia mencoba melakukan usaha lain untuk mencukupi kebutuhan istri dan anak. Selain itu, ada beberapa hal yang menjadi permasalahan yang pertama yakni kurangnya strategi dalam melakukan penjualan produk usaha, hal dikarenakan minimnya pendampingan serta pengetahuan dalam melakukan digital marketing.

Selama ini strategi pemasaran serta branding yang digunakan oleh Khamid masih konvensional. Sehingga saat ini penjualan produk masih dari teman ke teman. Berkaitan dengan analisis situasi tersebut, penting adanya pendampingan terhadap kelompok disabilitas dalam hal penyediaan alat bantu asistif berdasarkan kebutuhan pelaku usaha, branding produk dan pemasaran digital dengan pemanfaatan marketplace serta pengelolaan pendapatan usaha. Solusi ini berangkat dari fakta bahwa banyak penyandang disabilitas yang belum mendapatkan sentuhan pendampingan, khususnya usaha kelompok penyandang disabilitas yang memiliki usaha kreatif. Dengan adanya pendampingan terhadap kelompok disabilitas pada rumah produksi sablon menjadi jawaban dalam mengatasi permasalahan usaha

kelompok disabilitas.

2. Tinjauan Pustaka

Disabilitas menurut WHO adalah *“dynamic interaction between health condition and environmental and personal factors”* (The International Classification of Functioning, Disability and Health (Richard oliver (dalam Zeithml., 2021). Ini berarti disabilitas tidak saja terkait dengan kondisi kesehatan individual saja, tetapi juga bagaimana lingkungan mempengaruhi orang yang kondisinya memang sudah berbeda dari orang umum.

Penyandang disabilitas merupakan bagian dari masyarakat Indonesia yang juga memiliki kedudukan, hak, kewajiban, dan kesempatan serta peran yang sama dalam segala aspek kehidupan maupun penghidupan(Widjaja et al., 2020). Penyandang disabilitas memiliki hak fundamental layaknya manusia pada umumnya.

Dalam Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan Pasal 31 disebutkan bahwa: Setiap tenaga kerja mempunyai hak dan kesempatan yang sama untuk memilih, mendapatkan, atau

pindah pekerjaan dan memperoleh penghasilan yang layak di dalam atau di luar negeri(Jauhari, 2017). Penyandang disabilitas merupakan bagian dari masyarakat Indonesia yang juga memiliki kedudukan, hak, kewajiban, dan kesempatan serta peran yang sama dalam segala aspek kehidupan maupun (A et al., 2019). Fakta bahwa banyak penyandang disabilitas yang belum mendapatkan sentuhan pendampingan, khususnya usaha kelompok penyandang disabilitas yang memiliki usaha kreatif. Dengan adanya pendampingan terhadap kelompok disabilitas pada rumah produksi sablon menjadi jawaban dalam mengatasi permasalahan usaha kelompok disabilitas.

Perkembangan era globalisasi sangat bergantung pada sektor ekonomi sebagai tolak ukur keberhasilan pemerintah. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan bentuk peran masyarakat dalam pembangunan nasional, khususnya pembangunan ekonomi(Setiawati et al., 2019). Posisi UMKM dalam perekonomian nasional memegang peranan penting dan strategis. Kondisi ini sangat memungkinkan karena keberadaan UMKM yang mendominasi perekonomian Indonesia (Sarfiyah et al., 2019).

3. METODE PELAKSANAAN

3.1 Waktu dan Tempat

Kegiatan pengabdian berupa pelatihan branding digital alat bantu assistif disabilitas dan juga workshop keuangan pada bulan 10 Agustus – 7 Oktober 2023. Kegiatan ini bekerjasama mulai dengan bulan Juli 2023. Pelaksanaan kegiatan ini bekerja sama dengan Rumah Sablon cak Khamid yang berada di jalan tempel sukoharjo kecamatan tegalsari kota surabaya.

3.2 Sasaran Kegiatan

Tabel 1. Tahapan Metode Pelaksanaan Pengabdian

Impelementasi digital marketing dan sistem keuangan untuk mitra (kelompok disabilitas sablon)	Implementasi digital marketing dan sistem keuangan untuk mitra
Tahap Mentoring dan Evaluasi	
Melakukan kegiatan monitoring dan evaluasi pada keterampilan mitra (kelompok disabilitas sablon)	Terlaksananya monitoring dan evaluasi pada keterampilan mitra (kelompok disabilitas sablon) ringan

Kegiatan pengabdian berupa pelatihan branding digital alat bantu assistif disabilitas dan juga workshop keuangan yang dilakukan di rumah sablon cak khamid.

3.3 Prosedur Pelaksanaan

Metode pelaksanaan Program Pelatihan Pembutaan Kegiatan pengabdian berupa pelatihan branding digital alat bantu assistif disabilitas dan workshop keuangan sebagaimana berikut ;

Diskusi Hasil Evaluasi	Solusi permasalahan dari temuan evaluasi
Tahap Penyusunan Laporan Pelaksanaan Program	
Menyusun laporan akhir	Tersusunnya laporan akhir kegiatan
Penyusunan luaran program	Tersusunnya luaran program

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pelatihan pengabdian berupa pelatihan branding digital alat bantu assistif disabilitas dan workshop keuangan agar perkembangan, usaha percetakan tidak hanya didominasi oleh perusahaan

besar saja, namun usaha kecil dan menengah pun memberikan andil dan juga peran dalam perkembangan perekonomian di Kota Surabaya (Taufiq Rizaldi, 2020). Perlu adanya pendampingan khusus yang berkesinambungan dan berkelanjutan untuk meningkatkan

kemajuan pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM) rumah sablon agar mampu mandiri dan menjadi usaha yang tangguh, khususnya pada kelompok-kelompok disabilitas.



Gambar 1. Komunikasi Kesepakatan dengan Mitra

Banyak kalangan usaha yang beralih ke dunia bisnis ini. Hal ini tentunya menimbulkan persaingan bisnis yang semakin ketat. Persaingan yang semakin ketat mendorong produsen untuk menawarkan kelebihan yang tidak dimiliki oleh produsen lain. Termasuk dengan menawarkan desain yang menarik, kreatif, dan inovatif. Hal ini menjadi permasalahan kelompok disabilitas dalam menjalankan usaha produksi sablon.

4.1 Sosialisasi Program untuk Kelompok Disabilitas

Sosialisasi program workshop untuk kelompok disabilitas adalah langkah krusial yang memastikan bahwa program

yang dirancang benar-benar dapat diakses, dimengerti, dan bermanfaat bagi mereka yang membutuhkannya. Melalui sosialisasi, pihak penyelenggara tidak hanya memperkenalkan program, tetapi juga membangun kesadaran dan membuka ruang dialog yang inklusif dengan komunitas disabilitas. Kegiatan ini menjadi jembatan antara penyelenggara dan peserta, sehingga tujuan utama program dapat tercapai secara efektif. Program workshop untuk kelompok disabilitas sering kali dirancang dengan fokus pada pemberdayaan, pelatihan keterampilan, atau pengembangan potensi individu. Namun, tanpa sosialisasi yang tepat, potensi dampak positif dari program tersebut mungkin tidak sepenuhnya tercapai.

Sosialisasi program workshop untuk kelompok disabilitas lebih dari sekadar kegiatan penyampaian informasi. Ini adalah langkah penting dalam membangun jembatan inklusi, memberdayakan komunitas, dan menciptakan dampak

sosial yang berkelanjutan. Dengan pendekatan yang inklusif, partisipatif, dan berorientasi pada kebutuhan peserta, program ini diharapkan menjadi katalisator perubahan positif, tidak hanya bagi individu, tetapi juga bagi masyarakat secara keseluruhan.



Gambar 2. Sosialisasi kegiatan

Dengan sosialisasi yang efektif, program workshop tidak hanya menjadi agenda pelatihan, tetapi juga menjadi ruang pemberdayaan dan transformasi.

4.2 *Workshop Branding Digital*

Workshop branding digital untuk kelompok disabilitas adalah sebuah acara pelatihan yang dirancang khusus untuk membantu individu atau kelompok dengan berbagai jenis disabilitas dalam mengembangkan keahlian dan pemahaman mereka tentang branding digital. Tujuan dari workshop ini adalah untuk memberikan dukungan dan pelatihan yang diperlukan sehingga Workshop branding digital untuk kelompok disabilitas bertujuan untuk memberdayakan individu dengan disabilitas dalam mengelola kehadiran online mereka sendiri atau mengembangkan bisnis

workshop ini, mereka dapat lebih mandiri dalam berpartisipasi dalam dunia digital dan mencapai tujuan mereka (Rowley, 2004).



Gambar 3. Workshop Branding Digital

Branding digital merupakan salah satu cara paling efektif untuk membangun identitas bisnis dan meningkatkan kehadiran online. Dengan membuat marketplace sendiri, usaha tidak hanya bisa menjual produk secara langsung kepada pelanggan, tetapi juga bisa membangun komunitas dan meningkatkan kesadaran merek (Darmawan, 2022). Membangun branding digital melalui pembuatan marketplace membutuhkan strategi yang terencana dan eksekusi yang konsisten. Dengan riset pasar yang mendalam, pengembangan identitas merek yang kuat dan penerapan berbagai strategi pemasaran digital. Selain itu, menciptakan marketplace yang tidak hanya meningkatkan penjualan tetapi juga membangun loyalitas pelanggan dan

memperkuat posisi merek di pasar.

4.3 Workshop Pengelolaan Keuangan

Berangkat dari permasalahan mitra tentang pengelolaan keuangan yang belum tertatata dengan baik yakni belum memisahkannya keuangan rumah tangga dengan usaha (home industry) dan masih belum memiliki siste pencatatan keuangan, sehingga uang yang dimiliki menjadi sistem tambal sulam. Berangkat dari persoalan tersebut maka dilakukan pendampingan permasalahan dan memberikan beberapa solusi.



Gambar 4. Penjelasan pengelolaan keuangan kepada mitra

Yang pertama, yakni Pemberian materi tentang Pentingnya perencanaan keuangan yang kedua Memberikan Pemahaman tentang Pembukuan keuangan dan yang ketiga Memberikan pelatihan pencatatan menggunakan Ms. Excel. Pengelolaan keuangan yang baik adalah kunci keberhasilan bagi setiap usaha, baik kecil maupun besar.

Tanpa pengelolaan keuangan yang tepat, usaha dapat menghadapi masalah likuiditas, kesulitan dalam memenuhi kewajiban finansial, dan pada akhirnya, berpotensi mengalami kebangkrutan (Sabiq Hilal Al Falih et al., 2019).

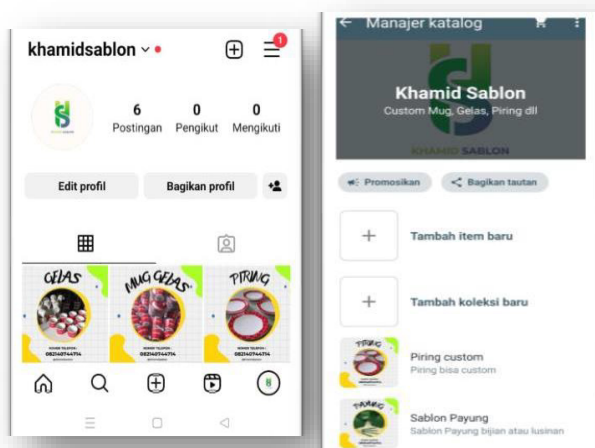
4.4 Peningkatan Produksi dan Penjualan Produk Sablon

Selama melakukan pendampingan tentunya adanya peninggkatan dalam produksi sablon serta penjualan produk sablon.

Tabel 2. Peningkatan Produksi dan Penjualan

Sebelum Pendampingan	Sesudah Pendampingan
Produksi sablon 30%	Dengan menggunakan alat sablon yang ramah difabel, mitra dapat melakukan produksi menjadi 70%
Rincian pengeluaran dan pemasukan usaha belum tercatat secara rapi	Sudah bisa menggunakan aplikasi ms. Excel dalam pencatatan pengeluaran dan pemasukan usaha
Penjualan produk sablon hanya menggunakan facebook	Penjualan produk meningkat dengan menggunakan WA bisnis, dan instagram

Peningkatan produksi dan penjualan adalah tujuan utama bagi banyak usaha, karena ini berarti pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Untuk mencapai tujuan ini, usaha harus fokus pada efisiensi operasional, kualitas produk, dan strategi pemasaran yang efektif.



Gambar 5. Media sosial mitra wa bisnis dan instagram

5. KESIMPULAN

Peningkatan Aksesibilitas: Penggunaan alat bantu asistif dalam produksi sablon telah membantu kelompok disabilitas untuk lebih mudah mengakses dan terlibat dalam proses produksi. Hal ini telah meningkatkan kualitas hidup mereka secara signifikan. **Peningkatan Kesadaran Masyarakat:** Melalui branding digital yang kuat, kelompok disabilitas dan rumah produksi sablon telah berhasil meningkatkan kesadaran masyarakat tentang keberadaan mereka dan potensi kontribusi yang mereka miliki dalam dunia produksi. Dan juga **Kolaborasi yang Sukses:** Pengabdian ini telah membantu membangun kemitraan yang kuat antara kelompok disabilitas dan rumah produksi sablon. Ini adalah contoh positif bagaimana kolaborasi dapat menciptakan manfaat yang berkelanjutan bagi semua pihak yang terlibat. **Pemberdayaan Kelompok Disabilitas:**

Dengan memberikan alat bantu asistif dan pelatihan yang sesuai, pengabdian ini telah membantu kelompok disabilitas merasa lebih diberdayakan dan mandiri dalam kegiatan produksi mereka. dalam sebuah Peningkatan Penghasilan: Branding digital yang efektif telah membantu rumah produksi sablon meningkatkan penjualan mereka, yang pada akhirnya meningkatkan pendapatan kelompok disabilitas yang terlibat dalam proses tersebut. Secara keseluruhan, pengabdian ini merupakan langkah positif dalam menciptakan inklusi sosial dan ekonomi bagi kelompok disabilitas dalam industri produksi sablon. Dengan meningkatnya aksesibilitas dan kesadaran masyarakat, serta kolaborasi yang sukses, pengabdian ini telah memberikan manfaat yang signifikan bagi semua pihak yang terlibat.

DAFTAR PUSTKA

- A, G. P., Apsari, N. C., & Mulyana, N. (2019). Penyandang Disabilitas Dalam Dunia Kerja. *Focus : Jurnal Pekerjaan Sosial*, 1(3), 234. <https://doi.org/10.24198/focus.v1i3.20499>
- Darmawan, V. E. B. (2022). Implementasi Digital Branding Pada Umkm Bidang Kuliner Di Kota Malang Dalam Rangka Akselerasi Umkm Go-Digital. *Jurnal Pengabdian Pendidikan Dan*

- Teknologi (JP2T)*, 3(1), 33.
<https://doi.org/10.17977/um080v3i12022p>
33-39
- Jauhari, A. (2017). Pendidikan Inklusi Sebagai Alternatif Solusi MenJauhari, A. (2017). Pendidikan Inklusi Sebagai Alternatif Solusi Mengatasi Permasalahan Sosial Anak Penyandang Disabilitas. *IJTIMAIYA: Journal of Social Science Teaching*, 1(1). <https://doi.org/10.21043/ji.v1>. *IJTIMAIYA: Journal of Social Science Teaching*, 1(1).
- Richard oliver (dalam Zeithml., dkk 2018). (2021). Disability Employment Literature Review Summary. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2013–2015.
- Rowley, J. (2004). Online branding. *Online Information Review*, 28(2), 131–138. <https://doi.org/10.1108/14684520410531637>
- Sabiq Hilal Al Falih, M., Rizqi, R. M., & Adhitya Ananda, N. (2019). Pengelolaan Keuangan Dan Pengembangan Usaha Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (Studi Kasus Pada Umkm Madu Hutan Lestari Sumbawa). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1). <https://doi.org/10.37673/jmb.v2i1.302>
- Sarfiah, S., Atmaja, H., & Verawati, D. (2019). UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 1–189. <https://doi.org/10.31002/rep.v4i2.1952>
- Setiawati, S. D., Retnasari, M., & Diny Fitriawati. (2019). Strategi membangun branding bagi pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah. *JURNAL ABDIMAS BSI Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 125–136. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/abdimas/article/view/4864>
- Taufiq Rizaldi, H. A. P. (2020). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi. *Seminar Nasional Hasil Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 2, 56–59.
- Widjaja, A. H., Wijayanti, W., & Yulistiyaputri, R. (2020). Perlindungan Hak Penyandang Disabilitas dalam Memperoleh Pekerjaan dan Penghidupan yang Layak bagi Kemanusiaan. *Jurnal Konstitusi*, 17(1), 197. <https://doi.org/10.31078/jk1719>