



Journal of Human And Education

Volume 4, No. 6, Tahun 2024, pp 667-671

E-ISSN 2776-5857, P-ISSN 2776-7876

Website: <https://jahe.or.id/index.php/jahe/index>

Pemanfaatan Teknologi Digital Marketing untuk Meningkatkan Penjualan Produk Disabilitas Tuna Netra di SKH Islam Terpadu Yarfin Tangerang Selatan

Zulkipli¹, Rahes Restu Sadewarahes², Kakan Kandarsah³, Sandy Maulana Andryano⁴, Dimas Risqi Pratama⁵

Universitas Pamulang

Email : azurakiflia@gmail.com

Abstrak

Pemanfaatan teknologi digital marketing merupakan peluang strategis dalam meningkatkan pemasaran produk, termasuk produk yang dihasilkan oleh penyandang disabilitas tunanetra. Program pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Sekolah Khusus Islam Terpadu (SKH IT) Yarfin, Tangerang Selatan, dengan tujuan meningkatkan kemampuan siswa tunanetra dalam memasarkan produk secara digital. Metode yang digunakan mencakup pelatihan teori, pendampingan praktik langsung, dan evaluasi implementasi strategi digital marketing melalui media sosial, marketplace, dan website. Hasil program menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman dan keterampilan peserta terhadap teknologi pemasaran digital, serta peningkatan penjualan produk siswa melalui platform digital, yang berdampak pada kemandirian ekonomi mereka. Digital marketing terbukti menjadi pendekatan yang efektif dalam mendukung pemasaran produk siswa tunanetra. Sebagai rekomendasi, diperlukan pelatihan lanjutan dan dukungan berkelanjutan untuk memastikan kemampuan peserta tetap relevan dengan perkembangan teknologi pemasaran digital.

Kata Kunci: *Digital Marketing, Disabilitas, Tunanetra, Pemasaran Produk, Pemberdayaan Ekonomi*

Abstract

The utilization of digital marketing technology presents a strategic opportunity to enhance product marketing, including products created by visually impaired individuals. This community service program was conducted at Sekolah Khusus Islam Terpadu (SKH IT) Yarfin in South Tangerang, aiming to improve the ability of visually impaired students to market their products digitally. The methods used included theoretical training, hands-on practice, and evaluation of digital marketing strategy implementation through social media, marketplaces, and websites. The program results showed a significant improvement in participants' understanding and skills in digital marketing technology, as well as increased product sales through digital platforms, contributing to their economic independence. Digital marketing has proven to be an effective approach to supporting the marketing of products by visually impaired students. It is recommended to provide advanced training and continuous support to ensure participants' skills remain relevant in line with the advancements in digital marketing technology.

Keywords: *Digital Marketing, Disabilities, Visual Impairment, Product Marketing, Economic Empowerment*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah lanskap berbagai sektor, termasuk dalam bidang pemasaran (Rofii et al., 2023). Digital marketing kini menjadi salah satu strategi utama yang digunakan oleh pelaku usaha untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan produk (Hadi & Zakiah, 2021). Dengan memanfaatkan platform digital seperti media sosial, marketplace, dan website, pelaku usaha dapat mengakses pasar yang lebih luas, lebih cepat, dan lebih efisien dibandingkan dengan metode pemasaran konvensional (Hamzah & Putri, 2021). Namun, manfaat teknologi ini belum sepenuhnya dirasakan oleh kelompok tertentu, terutama penyandang disabilitas, termasuk tunanetra, yang sering menghadapi keterbatasan akses dan

pengetahuan tentang teknologi digital (Paramansyah & Parojai, 2024).

Di Indonesia, disabilitas masih menjadi salah satu tantangan dalam menciptakan kesetaraan akses terhadap pendidikan dan peluang ekonomi. Penyandang tunanetra, khususnya, sering kali menghadapi kendala besar dalam bersaing di pasar kerja dan memasarkan produk mereka. Hal ini tidak hanya disebabkan oleh keterbatasan fisik, tetapi juga oleh kurangnya pelatihan dan pendampingan dalam memanfaatkan teknologi digital yang dapat menjadi alat pemberdayaan ekonomi. Padahal, dengan pendekatan yang tepat, teknologi digital marketing dapat menjadi solusi efektif untuk membantu penyandang disabilitas mempromosikan produk mereka dan meningkatkan kemandirian ekonomi (Al Hilal et al., 2021; Mei Ie et al., 2024).

Sekolah Khusus Islam Terpadu (SKH IT) Yarfin di Tangerang Selatan merupakan institusi pendidikan yang berkomitmen untuk memberdayakan siswa berkebutuhan khusus, termasuk tunanetra. Para siswa di sekolah ini telah menghasilkan berbagai produk kreatif, seperti kerajinan tangan dan makanan khas, yang memiliki nilai jual. Namun, salah satu tantangan utama yang dihadapi adalah keterbatasan dalam memasarkan produk tersebut ke pasar yang lebih luas. Minimnya akses informasi dan pelatihan tentang teknologi pemasaran digital menjadi penghalang bagi siswa untuk memaksimalkan potensi produk mereka. Program pengabdian kepada masyarakat menjadi inisiatif penting untuk menjembatani kesenjangan tersebut. Program ini dirancang untuk memberikan pelatihan dan pendampingan kepada siswa tunanetra di SKH IT Yarfin, dengan fokus pada pemanfaatan teknologi digital marketing. Pendekatan ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan penjualan produk mereka, tetapi juga untuk memberdayakan siswa agar memiliki keterampilan yang relevan dengan era digital (Pratiwi et al., 2018). Dengan keterampilan ini, siswa diharapkan mampu bersaing secara mandiri di pasar kerja atau sebagai wirausahawan.

Pemanfaatan teknologi digital marketing di kalangan penyandang tunanetra memerlukan pendekatan yang inklusif dan adaptif. Metode pelatihan harus dirancang sedemikian rupa sehingga mudah dipahami oleh peserta, dengan memanfaatkan media yang ramah disabilitas, seperti panduan suara atau aplikasi dengan fitur aksesibilitas (Pratiwi et al., 2018). Pendampingan intensif juga diperlukan untuk memastikan bahwa peserta dapat mengatasi hambatan teknis yang mungkin mereka hadapi selama proses belajar. Keberhasilan program ini diharapkan tidak hanya meningkatkan pemahaman peserta tentang digital marketing, tetapi juga mendorong perubahan pola pikir mereka terhadap peluang yang dapat diakses melalui teknologi. Dengan memanfaatkan media sosial, marketplace, dan website, peserta dapat menjangkau pelanggan potensial yang sebelumnya sulit dijangkau (Junaenah et al., n.d.). Selain itu, program ini juga bertujuan untuk menciptakan ekosistem pemasaran digital yang berkelanjutan, di mana para siswa dapat terus mengembangkan strategi pemasaran mereka meskipun program pelatihan telah selesai.

Program ini juga membutuhkan dukungan dari berbagai pihak, termasuk sekolah, orang tua, dan mitra eksternal. Sekolah berperan sebagai fasilitator utama dalam menyediakan akses dan sarana pelatihan. Orang tua dapat mendukung anak-anak mereka dengan memberikan motivasi dan fasilitas tambahan di rumah. Sementara itu, mitra eksternal, seperti lembaga pemerintah atau perusahaan teknologi, dapat membantu menyediakan sumber daya atau dana untuk keberlanjutan program ini. Selain dampak langsung pada siswa, program ini juga memiliki potensi untuk memberikan pengaruh yang lebih luas. Dengan meningkatkan visibilitas produk siswa di pasar digital, masyarakat dapat lebih mengenal karya penyandang tunanetra, sehingga mendorong inklusi sosial dan pengakuan terhadap potensi mereka. Hal ini sejalan dengan upaya pemerintah dalam mendukung inklusivitas dan pemberdayaan kelompok disabilitas di Indonesia (Sulistiowati et al., 2017).

Melalui program ini, diharapkan siswa tunanetra di SKH IT Yarfin dapat menjadi contoh sukses bagi penyandang disabilitas lainnya dalam memanfaatkan teknologi untuk pemberdayaan ekonomi. Dengan strategi yang tepat, program ini dapat menjadi model yang dapat direplikasi di institusi lain, sehingga semakin banyak penyandang disabilitas yang diberdayakan melalui teknologi digital marketing. Kesimpulannya, pemanfaatan digital marketing tidak hanya relevan untuk dunia bisnis secara umum, tetapi juga menjadi alat transformasi sosial yang mampu meningkatkan kesetaraan dan kemandirian ekonomi bagi kelompok disabilitas.

METODE

Metode pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat mengenai pemanfaatan teknologi digital marketing untuk siswa tunanetra di SKH Islam Terpadu (SKH IT) Yarfin Tangerang Selatan dirancang secara komprehensif untuk memastikan keberhasilan implementasi (Suherman et al., 2023). Program ini dilakukan melalui beberapa tahap utama, yaitu perencanaan, pelaksanaan, pendampingan, evaluasi, dan tindak lanjut, dengan setiap tahapan memiliki fokus dan langkah-langkah spesifik untuk mencapai tujuan (Aerlangga et al., 2024).

Tahap pertama adalah identifikasi kebutuhan dan perencanaan (Ngatimin et al., 2024), di

mana tim pelaksana melakukan survei awal untuk memahami kondisi siswa tunanetra, keterbatasan yang mereka hadapi, serta potensi yang dapat dikembangkan. Survei ini mencakup wawancara dengan siswa, guru, dan pendamping untuk mengidentifikasi kendala dalam memanfaatkan teknologi digital marketing. Berdasarkan hasil survei, tim menyusun modul pelatihan yang mencakup pengenalan digital marketing, strategi pemasaran di media sosial, penggunaan marketplace, dan pembuatan website sederhana. Langkah ini juga melibatkan koordinasi dengan pihak sekolah untuk menentukan jadwal, fasilitas, dan persiapan teknis lainnya (Hakim & Kurniawati, 2022; MuArifin et al., 2021).

Pada tahap kedua, pelatihan teori digital marketing diberikan kepada peserta. Materi pelatihan disampaikan dengan pendekatan yang ramah disabilitas, menggunakan panduan suara, presentasi visual yang jelas, dan perangkat teknologi dengan fitur aksesibilitas. Peserta diperkenalkan pada konsep dasar digital marketing, jenis-jenis platform digital, serta strategi pemasaran yang sesuai untuk produk mereka. Pelatihan ini bertujuan membangun pemahaman awal peserta sebelum mereka melanjutkan ke praktik langsung.

Tahap ketiga adalah praktik langsung dan pendampingan intensif. Dalam sesi ini, peserta diajak untuk membuat akun di platform media sosial dan marketplace seperti Instagram, Facebook, Shopee, dan Tokopedia. Mereka dilatih untuk menyusun konten pemasaran, mengunggah produk, serta mengelola interaksi dengan calon pembeli. Tim pelaksana memberikan pendampingan intensif untuk membantu peserta mengatasi hambatan teknis, seperti cara mengoperasikan perangkat dengan fitur aksesibilitas atau mengelola pesanan secara mandiri. Pendampingan ini dilakukan secara bertahap untuk memastikan peserta memahami setiap langkah dalam proses pemasaran digital.

Tahap keempat adalah evaluasi hasil pelatihan dan pendampingan. Evaluasi dilakukan melalui pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pemahaman peserta tentang digital marketing. Selain itu, keberhasilan program juga dinilai berdasarkan peningkatan jumlah penjualan produk peserta melalui platform digital, kualitas konten pemasaran yang dihasilkan, dan tingkat kepercayaan diri siswa dalam berinteraksi dengan pembeli. Data evaluasi ini dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan analisis aktivitas peserta di platform digital.

Tahap kelima adalah monitoring dan tindak lanjut. Setelah pelatihan selesai, tim pelaksana melakukan monitoring berkala untuk memastikan keberlanjutan penggunaan platform digital oleh peserta. Peserta diberikan pendampingan tambahan jika ditemukan kendala dalam mengelola akun atau memasarkan produk mereka. Monitoring ini juga bertujuan untuk mengevaluasi dampak jangka panjang dari program, seperti peningkatan keterampilan peserta atau dampak ekonomi yang dihasilkan.

Selama seluruh proses, kolaborasi dengan pihak sekolah dan orang tua menjadi kunci penting keberhasilan program. Guru dan pendamping sekolah dilibatkan secara aktif untuk mendukung siswa dalam proses belajar dan praktik. Orang tua juga didorong untuk memberikan motivasi dan fasilitas pendukung di rumah agar siswa dapat terus mempraktikkan keterampilan yang telah diperoleh.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat mengenai pemanfaatan teknologi digital marketing di Sekolah Khusus Islam Terpadu (SKH IT) Yarfin, Tangerang Selatan, menghasilkan berbagai pencapaian signifikan. Program ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan siswa tunanetra dalam menggunakan teknologi digital untuk memasarkan produk mereka.



Gambar 1. Dokumentasi Kegiatan

Salah satu hasil utama adalah peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta. Sebelum pelatihan, mayoritas peserta kurang memahami konsep digital marketing. Setelah program berlangsung, hampir semua peserta mampu menjelaskan dan mempraktikkan strategi pemasaran digital dasar. Mereka dilatih untuk memanfaatkan media sosial seperti Instagram dan Facebook, serta platform marketplace seperti Tokopedia dan Shopee. Selain itu, para peserta juga mulai menggunakan website sederhana sebagai sarana promosi.

Keberhasilan lainnya adalah implementasi langsung platform digital oleh para peserta. Mereka berhasil membuat akun dan memulai promosi produk seperti kerajinan tangan dan makanan ringan khas siswa tunanetra melalui media sosial dan marketplace. Dampak positifnya terlihat dari peningkatan jumlah pesanan hingga 40% dalam bulan pertama setelah pelatihan. Program ini juga memberikan dampak psikologis yang positif dengan meningkatkan kepercayaan diri siswa tunanetra. Mereka menjadi lebih percaya diri dalam berkomunikasi dengan pembeli, baik melalui fitur chat marketplace maupun media sosial.

Selain itu, dukungan berkelanjutan dari pihak sekolah dan pendamping menjadi faktor penting dalam kesuksesan program. Beberapa peserta secara aktif memperbarui konten pemasaran mereka, menunjukkan komitmen untuk memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana utama dalam pemasaran. Namun, pelaksanaan program ini juga menghadapi tantangan. Salah satunya adalah aksesibilitas teknologi, di mana peserta memerlukan adaptasi untuk menggunakan perangkat dan fitur aksesibilitas yang tersedia. Selain itu, keterbatasan sumber daya, seperti perangkat yang memadai dan akses internet, menjadi kendala yang harus diatasi dengan dukungan pihak sekolah atau sponsor. Untuk menjaga keberlanjutan, diperlukan program lanjutan yang fokus pada pengembangan konten kreatif, analisis pasar digital, dan pengelolaan bisnis yang lebih mandiri.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa teknologi digital marketing dapat menjadi solusi yang efektif untuk mendukung pemberdayaan ekonomi siswa tunanetra. Dengan pendekatan yang tepat, kolaborasi antara pihak sekolah, pengajar, dan mitra pengabdian menjadi kunci keberhasilan untuk menciptakan ekosistem pemasaran digital yang inklusif dan berkelanjutan.

SIMPULAN

Kegiatan Program pengabdian kepada masyarakat mengenai pemanfaatan teknologi digital marketing di Sekolah Khusus Islam Terpadu (SKH IT) Yarfin, Tangerang Selatan, telah memberikan dampak yang signifikan dalam memberdayakan siswa tunanetra. Dengan pendekatan pelatihan teoritis, pendampingan praktik langsung, dan evaluasi yang komprehensif, program ini mampu meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kepercayaan diri peserta dalam memanfaatkan teknologi digital untuk memasarkan produk. Program ini membuktikan bahwa teknologi digital marketing dapat menjadi solusi strategis untuk mendukung pemberdayaan ekonomi siswa tunanetra, sekaligus memperkuat inklusi sosial mereka. Dengan kolaborasi yang berkelanjutan antara pihak sekolah, pengajar, dan mitra pengabdian, ekosistem pemasaran digital yang inklusif dapat tercipta, mendukung kemandirian ekonomi siswa tunanetra, dan meningkatkan kontribusi mereka dalam era digital. Program ini sekaligus menegaskan pentingnya teknologi digital sebagai alat untuk menciptakan peluang ekonomi yang lebih luas bagi kelompok masyarakat dengan kebutuhan khusus.

Keberhasilan utama dari program ini terlihat dari peningkatan kemampuan peserta dalam memahami dan mempraktikkan strategi pemasaran digital dasar. Sebelum pelatihan, mayoritas peserta tidak familiar dengan konsep digital marketing, namun setelah pelatihan, sebagian besar mampu menggunakan platform seperti media sosial, marketplace, dan website sederhana untuk mempromosikan produk mereka. Peningkatan jumlah pesanan hingga 40% dalam bulan pertama pascaprogram menjadi indikator konkret keberhasilan implementasi ini. Selain manfaat teknis, program ini juga memberikan dampak psikologis yang positif, terutama dalam meningkatkan kepercayaan diri siswa tunanetra untuk berinteraksi dengan pembeli. Dukungan dari pihak sekolah dan pendamping memperkuat komitmen keberlanjutan program ini, terlihat dari upaya peserta dalam memperbarui konten pemasaran mereka secara aktif.

DAFTAR PUSTAKA

- Aerlangga, A., Yulyanah, Y., & Putra, R. E. (2024). Pendampingan Dan Pelatihan Perhitungan Pajak Ukm Ekowisata Keranggan Tangerang Selatan. *Pengabdian Kepada Masyarakat Indonesia SEAN (ABDIMAS SEAN)*, 2(02), 79–84.
- Al Hilal, A. L., Kurniawan, M. D., & Firmansyah, M. A. (2021). Upaya Pemerintahan Untuk Mewujudkan Perlindungan Dan Pelayanan Penyandang Difabel Di Kabupaten Tulungagung.

Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Sosial P-Issn, 2301, 9263.

- Hadi, D. F., & Zakiah, K. (2021). Strategi digital marketing bagi UMKM (usaha mikro kecil menengah) untuk bersaing di era pandemi. *Strategi digital marketing bagi UMKM (usaha mikro kecil menengah) untuk bersaing di era pandemi. Competitive, 16(1), 32-41.*
- Hakim, D. R., & Kurniawati, D. (2022). The Effect of Competency and ICT Skills on Vocational Students' Work Readiness. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis (JPED), 10(1), 15-34.*
- Hamzah, R. E., & Putri, C. E. (2021). Pemanfaatan Digital Marketing oleh Pelaku UMKM di Kuningan Barat Jakarta Selatan. *Jurnal Pustaka Dianmas, 1(1), 12-20.*
- Junaenah, I., Hermawan, H., & Samodro, D. R. (n.d.). *Aksesibilitas Terhadap Informasi Keagamaan bagi Penyandang Disabilitas Tuna Rungu: Visualisasi Tanda di Lingkungan Pusdai Jawa Barat (Accessibility to Religious Information for Persons with Hard of Hearing (HOH): Visualization of Signs in the West Java Islamic Da'wah Center).*
- Mei Ie, S. E., Haris Maupa, S. E., & Madris, S. E. (2024). *Disabilitas dan Kewirausahaan: Jalan Menuju Kemandirian Ekonomi.* Takaza Innovatix Labs.
- MuArifin, H., Dewi, S. R. S., & Rosini, I. (2021). Socialization of the Importance of the Agency's SPT Strategy and Development UMKM Strategy in Parungpanjang District. *Syntax Idea, 3(10), 2115-2121.*
- Ngatimin, N., Khotimah, H., Asmonah, S., Imelda, R., & Ilham, R. M. A. (2024). Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan UMKM Menggunakan SIAPIK di Toko Asih Hijab Cantik. *Nanggroe: Jurnal Pengabdian Cendikia, 2(10).*
- Paramansyah, A., & Parojai, M. R. (2024). *Pendidikan Inklusif Dalam era Digital.* Penerbit Widina.
- Pratiwi, A., Lintangari, A. P., Rizky, U. F., & Rahajeng, U. W. (2018). *Disabilitas dan pendidikan inklusif di perguruan tinggi.* Universitas Brawijaya Press.
- Rofii, A., Budiman, I. A., Sudirno, D., & Nahdi, D. S. (2023). Inovasi Produk Olahan Lele (OLELE) Untuk Meningkatkan Pemberdayaan Umkm Melalui Konten Digital di Desa Dukuh Tengah Kabupaten Tegal. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 4(4), 3185-3192.*
- Suherman, A., Yusuf, Y., & Ismanto, B. (2023). Sosialisasi Pemanfaatan Teknologi Digital Melalui Google Drive Pada Yayasan Al-Ikhwaniyah, Kelurahan Limo, Kota Depok. *Jurnal Abdi Masyarakat Multidisiplin, 2(3), 12-15.*
- Sulistiowati, R., Atika, D., Prihantika, I., & Melinda, S. D. (2017). *Civil Society dalam Program Sekolah Ramah Anak (SRA) untuk Mendukung Kebijakan Kabupaten Layak Anak (KLA).*