

PENERAPAN SOCIAL MEDIA MARKETING DI ERA DIGITAL UNTUK KEMAJUANUMKM DISABILITAS DI KOTA PADANG

Dessy Kurnia Sari^{*)}, Donard Games, Venny Darlis, Laura Amelia Triani, Muhammad Ikhsan Syahputra

Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Andalas

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

ABSTRAK

Era Digital membutuhkan kebaruan dalam cara berbisnis. Sesuatu hal yang penting dilakukan agar suatu produk dapat diterima oleh konsumen adalah dengan meningkatkan pengetahuan dan kemampuan tentang *social media marketing*. UMKM perlu lebih tanggap tentang bagaimana menampilkan produk yang menarik bagi konsumen. Tujuan kegiatan ini adalah untuk peningkatan kemampuan *social media marketing* bagi UMKM disabilitas yang terkendala akses informasi dan sosialisasi produk pada konsumen. Pelatihan *social media marketing* ini dilaksanakan oleh tim Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Andalas dengan melibatkan beberapa *content creator* di kota Padang. Metode pelaksanaan kegiatan yaitu dengan mengikutsertakan dua puluh lima orang pelaku UMKM disabilitas yang tergabung dalam Karajoelok.com dan siswa SLB di Kota Padang. Pelatihan yang dilakukan meliputi cara pengambilan foto produk yang menarik dan membuat iklan produk di media sosial. Foto-foto produk yang telah memenuhi syarat ditampilkan pada media sosial. Peserta kegiatan didampingi dalam proses pengambilan foto dan menampilkan di media sosial. Hasil kegiatan diantaranya yaitu meningkatkan kemampuan penyandang disabilitas yang tergabung dalam karajoelok.com, sebuah platform untuk pemasaran produk bagi UMKM disabilitas, tentang bagaimana memproduksi foto-foto yang terbaik dari produk mereka. Setelah pelatihan, produk-produk karya pelaku usaha penyandang disabilitas dapat makin dikenal oleh masyarakat (membangun *awareness*) sehingga menciptakan kemandirian ekonomi bagi pelaku UMKM penyandang disabilitas, terutama yang merupakan mitra dari karajoelok.com. Kegiatan ini menunjukkan bahwa setiap orang mampu untuk membuat sesuatu yang menarik jika bersungguh-sungguh dalam melakukannya termasuk pelaku UMKM disabilitas. Dengan peningkatan kemampuan *social media marketing*, digital era tak perlu ditakuti karena justru membuka peluang agar produk lokal makin diterima oleh pasar.

Kata Kunci: *Pemasaran, Media Sosial, UMKM Disabilitas, Digital Marketing*

The Implementation of Social Media Marketing in A Digital Era for the Advancement of MSMEs with Disabled Business Owners in Padang City

ABSTRACT

The Digital Age requires novelty in the way of doing business. For business people, increasing knowledge about social media marketing is a must. MSMEs need to be more responsive and aware of how to display products that are attractive to consumers. Thus, this activity aims to improve social media marketing capabilities for MSMEs with disabilities who are constrained by access to information and product socialization to consumers. This social media marketing training was carried out by a team of lecturers at the Faculty of Economics and Business, Universitas Andalas, by involving several content creators in Padang City. The method of implementing the activity involves twenty-five MSME actors with disabilities who are members of Karajoelok.com and special needs students in Padang City. The training includes taking attractive product photos and creating product advertisements on social media. Participants in the activity were accompanied in the process of taking pictures and displaying them on social media. The activity results include improving the ability of people with disabilities who are members of karajoelok.com, a platform for marketing products for disabled MSMEs, how to produce the best photos of their products. After the training, the products of business actors with disabilities can be better known by the community (building awareness) to create economic independence for MSME actors with disabilities, especially those who are partners of

karajoelok.com. This activity shows that everyone can make something enjoyable if they are serious about doing it, including MSME actors with disabilities. With the increase in social media marketing capabilities, the digital era does not need to be feared because it opens up opportunities for local products to be more accepted by the market.

Keywords: *Marketing, Social Media, MSMEs, Digital Marketing*

PENDAHULUAN

Kemandirian ekonomi penyandang disabilitas adalah manifestasi dari rasa keadilan dan kepatutan. Hanya saja, penyandang disabilitas juga kesulitan untuk mandiri dengan kemampuan yang mereka miliki saat ini. Sebagai contoh, platform KarajoElok telah didesain oleh tim pelaksana ini untuk membantu penyandang disabilitas untuk melakukan penjualan produk (Games dan Sari, 2019). Berdasarkan evaluasi kinerja KarajoElok pada akhir tahun 2022 telah diidentifikasi masalah-masalah seperti tampilan produk yang dijual oleh UMKM penyandang disabilitas dianggap kurang menarik sehingga kurang memiliki nilai jual. Di samping itu, pelaku UMKM disabilitas juga belum mampu menciptakan konten yang mampu menarik target market. Dalam hal daya tarik produk, para pelaku UMKM disabilitas belum memahami tentang esensi marketing dan inovasi produk.

Permasalahan utama yang dihadapi UMKM disabilitas adalah tentang keterbatasan dana dan minimnya pengetahuan tentang pemasaran produk. Untuk itu, penting bagi UMKM disabilitas meningkatkan pengetahuan terutama dalam membuat tampilan produk yang menarik di media sosial, termasuk diantaranya kemampuan untuk mengambil foto produk berkualitas tinggi dan membuat konten pemasaran di media sosial. Sari *et al.*, (2020) dalam studinya menjelaskan pentingnya penggunaan sosial media untuk pemasaran produk. Dalam hal ini, sebagaimana disampaikan oleh Kasih *et al* (2020), lebih dari 85% pengguna internet di Indonesia menjadi pengguna media sosial, seperti WhatsApp, Facebook, dan Instagram. Sedangkan dari pengguna media sosial, Youtube berada di urutan pertama dengan presentasi pengguna 93,8%, diikuti oleh Whatsapp (87,7%), Instagram (86,6%), dan Facebook (85,55) (Muzakki, 2019). Selain itu, penelitian telah membuktikan banyak keuntungan bagi pebisnis menggunakan *digital marketing* salah satunya adalah efisiensi, sehingga *digital marketing* dapat menjadi solusi bagi UMKM yang terkendala dengan dana (Bahari *et al.*, 2022). Dengan demikian, inilah kesempatan bagi pelaku usaha penyandang disabilitas untuk mengoptimalkan kemampuan dalam hal *social media marketing* karena media sosial dianggap dengan media yang sangat efektif dalam mengiklankan maupun memasarkan barang dan jasa terutama bagi pelaku usaha penyandang disabilitas yang memiliki keterbatasan dalam hal mobilisasi dan komunikasi secara langsung dengan calon pembeli (Sumarna dan Pramudita, 2020). Oleh karena itu, maka pelatihan social media marketing sangat dibutuhkan. Adapun tujuan pelatihan social media marketing yaitu untuk meningkatkan pemahaman pelaku usaha penyandang disabilitas tentang bagaimana mempersiapkan sebuah bisnis untuk dapat diterima oleh pasar melalui *social media marketing*.

Digitalisasi memunculkan gaya baru dalam berbelanja. Urgensi dari pelaksanaan kegiatan pelatihan *social media marketing* ini makin terasa dengan adanya peningkatan kebutuhan pasar pemasaran produk secara online. Tuntutan pasar ini membuat pelaku UMKM harus mampu membuat produk tampil menarik agar dapat menarik minat calon pembeli. Solusi yang ditawarkan terhadap permasalahan pemasaran produk penyandang

disabilitas adalah dengan meningkatkan kemampuan pemasaran digital terutama yang berkaitan dengan aspek *social media marketing* dan kegiatan promosi produk. Cara peningkatan kemampuan pemasaran dalam kegiatan itu yaitu yang pertama memberikan arahan tentang konsep fotografi dalam pengambilan gambar produk dengan tampilan yang professional sehingga layak ditampilkan untuk media sosial. Kegiatan ini dipandu langsung oleh ahli pemasaran, ahli kewirausahaan dan *content creator* yang sangat memahami detail promosi di media sosial. Di saat tampilan produk sudah dirasa layak maka para peserta pelatihan dipandu untuk menampilkannya di media sosial mereka dan Karajoelok.com sebagai outlet online bagi produk UMKM penyandang disabilitas.

Tujuan pelaksanaan kegiatan pelatihan *social media marketing* diantaranya adalah meningkatkan kemampuan penyandang disabilitas yang tergabung dalam karajoelok.com dalam hal internet dan sosial media untuk pemasaran produk. Selanjtnya, membuat produk dari pelaku usaha disabilitas menjadi makin dikenal oleh masyarakat (membangun *awareness*). Pelaksanaan kegiatan pelatihan ini bertujuan untuk memberikan bekal yang memadai terkait tampilan produk dan teknis promosi di media sosial sehingga dapat memberikan kemampuan dan kesempatan bagi UMKM disabilitas untuk bersaing di pasar konsumen selayaknya pebisnis normal lainnya.

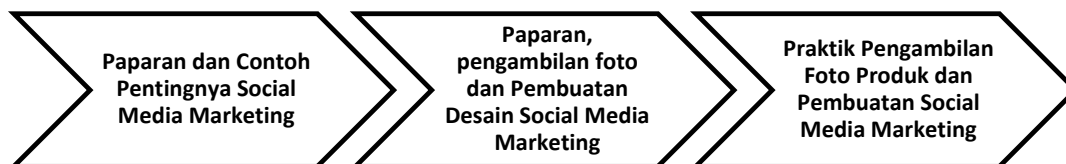
METODOLOGI

Desain kegiatan pelatihan ini adalah bertujuan memberikan ilmu kepada pelaku usaha disabilitas tentang pelatihan *social media marketing*. Pelatihan sosial media marketing ini dilaksanakan oleh tim secara luring pada hari Selasa dan Rabu, tanggal 9 Agustus 2023. Kegiatan ini diikuti kurang lebih dua puluh lima orang yang terdiri dari tim pelaku usaha UMKM yang merupakan penyandang disabilitas dan alumni Sekolah Luar Biasa (SLB) di Kota Padang. Pelatihan ini difokuskan kepada mereka yang setidaknya dapat mengoperasikan *smartphone*, karena nantinya mereka diharapkan dapat memaksimalkan penggunaan media sosial untuk melakukan pemasaran lebih luas. Pelatihan dilaksanakan oleh dosen, pelaku usaha, dan pelaku usaha penyandang disabilitas yang bisa menjadi *role model* bagi sesama penyandang disabilitas.

Pelaksanaan pelatihan dilaksanakan secara luring selama satu hari. Khalayak sasaran dari pelatihan ini adalah pelaku usaha UMKM disabilitas yang terkendala dalam pemasaran produk secara online. Para peserta kegiatan telah merintis usaha namun terkendala oleh kemampuan memasarkan secara digital terutama karena kurangnya kemampuan menampilkan produk yang menarik di media sosial. Pelatihan ini melibatkan dua puluh lima orang pelaku usaha penyandang disabilitas di kota Padang. Lokasi pelaksanaan kegiatan adalah di Aula Sekolah Luar Biasa (SLB) Yayasan Pembina Pendidikan Luar Biasa (YPPLB) di Jln. Kis Mangunsarkoro, Jati Baru, Padang Timur, kota Padang. Kegiatan pelatihan ini juga memberikan kesempatan baik untuk mempromosikan produk dan barang karya UMKM disabilitas dan hasil kreatifitas murid SLB YPPLB Kota Padang.

Pelaksanaan kegiatan diawali dengan paparan terkait pentingnya pemasaran dengan menggunakan media digital dan media sosial. Selanjutnya kegiatan pelatihan dilanjutkan dengan simulasi fotografi produk termasuk pencahayaan dan sudut pengambilan foto produk. Selama pengambilan foto produk, psersta didampingi oleh beberapa ahli pemasaran dan *content creator* termasuk ahli bahasa isyarat untuk

memastikan semua materi dapat dipahami dengan baik oleh peserta kegiatan. Peserta dengan foto dan konten paling menarik kemudian diunggah pada halaman media sosial karajoelok.com sebagai bentuk salah satu output dari pelatihan ini.



Gambar 1. Pelaksanaan Kegiatan

Pada Gambar 1 memperlihatkan tahapan rinci pelaksanaan kegiatan dimana pada tahap awal, para pengisi materi membangkitkan semangat dari peserta dengan memaparkan mengapa *social media marketing* ini perlu dilakukan dengan serius dilanjutkan dengan paparan dan pengambilan foto serta pelaksanaan desain produk mitra karajoelok.com yang akan mampu menarik minat konsumen jika ditampilkan pada website karajoelok.com dan media sosial mereka masing-masing. Kegiatan tahap ketiga adalah pendampingan dan praktik untuk mengambil foto produk dan mengkreasikan iklan yang menarik bagi masing masing produk. Pelatihan ini jugamemfasilitasi penerjemah bahasa isyarat bagi peserta tuna rungu

Pada dasarnya dalam menciptakan hasil foto yang dianggap memenuhi syarat untuk sosial media tidak membutuhkan tehknik dan aplikasi yang rumit. Bahkan dengankamera smartphone pun bisa dilakukan. Namun, untuk menghasilkan foto yang bagus perlu diperhatikan beberapa teknik yang diajarkan pada peserta pelatihan, diantaranya: *Rule of thirt*, yakni teknik dengan membagi layar pada handphone menjadi sembilan bagian dimana garis yang membagi layar tersebut yang dijadikan panduan untuk menempatkan objek di dalam foto. Simetris, yakni menempatkan objek pada tengah-tengah sehingga memberikan kesan seimbang antara kiri dan kanannya. *Framing*, yakni teknik dengan memberikan fokus pada objek yang ingin ditonjolkan melalui bingkai yang bisa diperoleh dari objek lain.

Untuk proses editing agar foto bernilai komersial diperlukan tahap editing sederhana yang juga diajarkan pada peserta pelatihan. Aplikasi yang bisa digunakan bernama Blend, tersedia di google play store maupun app store. Cara penggunaannya adalah sebagai berikut:

- ❖ Pertama foto objek sesuai dengan kebutuhan
- ❖ Buka aplikasi Blend dan pilih explore foto.
- ❖ Kemudian pengguna diminta untuk mengunggah foto yang telah diambil.
- ❖ Aplikasi akan memberikan saran jenis desain yang diinginkan

Jika ingin mengganti teks maupun warna, pengguna tinggal memilih menu yang tersedia di aplikasi. Jika sudah selesai, pengguna dapat menyimpan foto ke galeri dan menutup aplikasi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Digital Marketing adalah konsep pemasaran yang sangat penting diketahui saat ini. Sari., *et al* (2020) mengemukakan bahwa UMKM merupakan salah satu penggerak perekonomian daerah sehingga perlu untuk diberikan pelatihan guna meningkatkan kemampuan dan keterampilan mereka sehingga dapat terus berkembang. Pemateri yang terlibat dalam kegiatan ini adalah para ahli di bidang kewirausahaan, pemasaran dan *content creator*. Pelatihan ini disajikan secara menarik sehingga peserta bersemangat dan mampu melakukan kegiatan secara tepat.



Gambar 2. Flyer Kegiatan



Gambar 3. Penerjemah Bahasa Isyarat Untuk Peserta Tunarungu

Pada implementasi kegiatan ini diawali dengan pembukaan oleh MC, Laura Amelia Triani, SE.,MM, (Gambar 4) yang merupakan dosen muda departemen manajemen dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Andalas. Selanjutnya penyampaian kata

sambutan dan pembukaan untuk pelatihan oleh Kepala Sekolah YPPLB Padang, ibu Hj. Dessi Oktaria, S.Pd. Ada tiga tahapan kegiatan dalam pelatihan ini yang masing - masing megharapkan hasil yang menunjang kemampuan berbisnis untuk peserta kegiatan yang terdiri dari UMKM penyandang disabilitas.



Gambar 4. Pembukaan oleh MC

Pada kegiatan pertama, dilakukan penyampaian materi oleh Bapak Profesor Donard Games, SE.M. Bus (Adv), PhD (Gambar 5) selaku dosen program studi manajemen dan Profesor di bidang kewirausahaan dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Pemaparan tentang aspek wirausaha dalam kegiatan ini diharapkan mampu untuk menumbuhkan semangat berinovasi dalam berwirausaha oleh peserta pelatihan. Inovasi ini diantaranya adalah tentang inovasi produk dan membahas contoh-contoh keberhasilan individu dalam penerapan bisnis berbasis online (Sari *et al.*, 2019). Motivasi dalam berbisnis ini sangat penting dalam memastikan pebisnis memiliki semangat yang tinggi sesuai dengan studi yang pernah dilakukan oleh Putri *et al.*, (2023) yang membuktikan produk UMKM mampu bersaing dengan produk lainnya di pasaran dengan pemanfaatan pemasaran di media sosial Instagram.

Pada kegiatan kedua, Ibu Dr. Dessy Kurnia Sari, SE., M. Bus (Adv) (Gambar 6) yang juga merupakan dosen program studi manajemen dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan ahli bidang pemasaran serta Founder Karajoeelok.com menyampaikan materi terkait aspek pemasaran digital. Materi yang diberikan berisi tentang aspek penting tentang unsur unsur yang harus ada di media sosial agar dapat diterima oleh masyarakat yang saat ini banyak menggunakan media internet dan sosial media. Pemaparan materi ini dilakukan dengan secara lisan dan dibantu dengan bahasa isyarat yang dibantu oleh salah satu orang guru SLB YPPLB kota Padang tersebut. Pemaparan aspek media sosial ini juga mengajak keterlibatan pelaku usaha UMKM disabilitas secara aktif dalam penggunaan internet secara aktif dalam mencoba memasarkan produk mereka di internet. Pemateri mendampingi dan melihat proses pemasaran media sosial yang selama ini telah dilakukan untuk secara aktif melakukan perbaikan yang dibutuhkan. Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hidayati (2023) yang menunjukkan efektifitas kegiatan

ketika peserta kegiatan secara aktif menggunakan media online dalam aktivitas termasuk pembelajaran.



Gambar 5. Materi Pentingnya Inovasi Dalam Berwirausaha Oleh Prof. Donard Games, SE., M. Bus (Adv), PhD



Gambar 6. Materi Pentingnya Pemasaran Melalui Media Sosial Oleh Dessy Kurnia Sari, SE., M. Bus (Adv), PhD

Setelah penyampaian materi singkat tentang wirausaha dan pemasaran, MC menyerahkan jalannya kegiatan pada moderator dalam pelatihan dan praktek fotografi, yaitu Ridham Herawan, mahasiswa jurusan manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Andalas. Moderator mengundang narasumber pelatihan dan praktek fotografi untuk konten media sosial, Saudara Imra Gusnedi (Gambar 7) selaku *content creator* pada salah satu agensi di kota Padang. Pelatihan ini dibantu oleh guru SLB YPPLB dalam bahasa isyarat dan dibimbing oleh seluruh tim pelaksan. Kegiatan pelatihan ini

diawali dengan pengenalan tentang sudut-sudut pengambilan gambar serta bagaimana fungsi dan kegunaan dari tiap sudut pengambilan, pembahasan ini diiringi dengan praktik secara langsung oleh peserta untuk mengikuti sesuai alur pelatihan, pengambilan gambar ini peserta diminta untuk mencoba mengambil gambar sebaik mungkin yang mana objek yang digunakan adalah beberapa kerajinan yang pernah mereka buat sebelumnya (Gambar 8). Kemudian setelah pengambilan gambar, pemateri memperkenalkan aplikasi bernama Epik yang merupakan aplikasi editing gambar yang mudah digunakan untuk membuat iklan pemasaran yang menarik, setelahnya peserta juga diminta untuk mendownload aplikasi tersebut dan mencoba mengedit sesuai kreatifitas mereka masing-masing sesuai arahan yang diberikan instruktur, dalam hal ini peserta juga dibantu oleh pemateri dan panitia lain yang terlibat dalam pelaksanaan kegiatan ini. Tujuan dari pelatihan ini agar peserta paham pentingnya konsep dalam membuat desain iklan pemasaran untuk menarik konsumen. Rizal *et al.*, (2017) dan Aisuwarya *et al.*, (2023), juga menemukan bahwa desain yang baik dan terkonsep dapat menarik konsumen dengan lebih mudah.

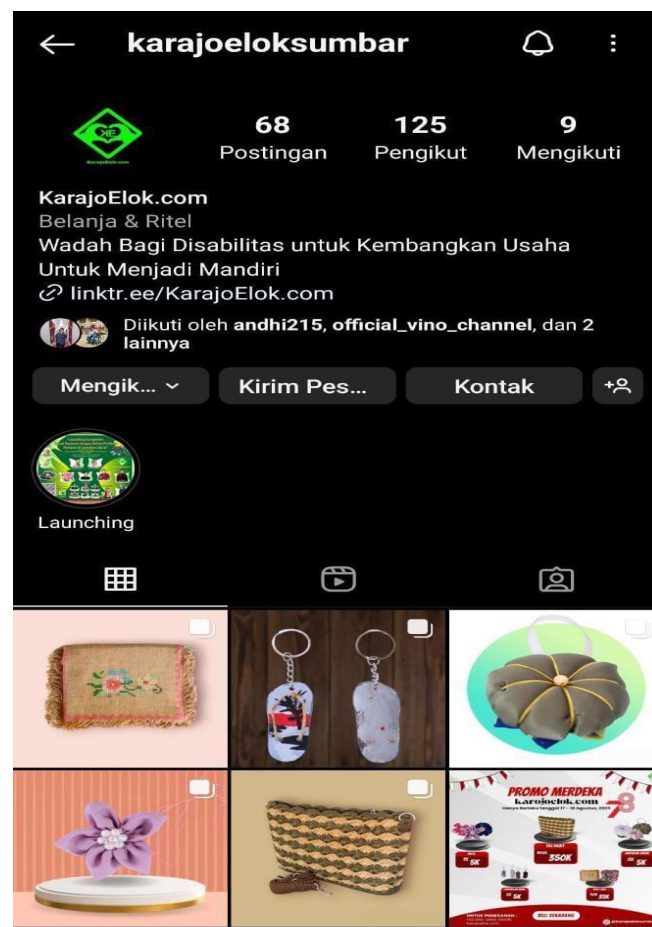


Gambar 7. Materi Teknik Pengambilan Gambar dan Desain Konten Untuk Penjualan di Sosial Media Oleh Imra Gusnedi (Konten Kreator)

Setelah semua tahapan selesai dan pengambilan foto produk serta desain konten pemasaran selesai dilakukan, setiap peserta diminta mengirimkan hasil mereka kepada pemateri untuk selanjutnya dipilih beberapa karya untuk diposting di sosial media *Instagram* KarajoElok seperti yang terlihat pada Gambar 9. Sebuah iklan media sosial yang menyajikan informasi yang lengkap dan menarik akan dapat menarik minat konsumen sebagaimana yang juga dibahas dalam penelitian oleh Indika dan Jovita (2017), juga Bisma dan Pramudita (2019).tentang pentingnya desain informasi produk yang berorientasi pada minat konsumen. Pendampingan untuk pebisnis disabilitas dan berkebutuhan khusus ini sangat dibutuhkan dan terbukti dapat meningkatkan performa mereka sebagaimana studi dari Purna *et al.*, (2023).

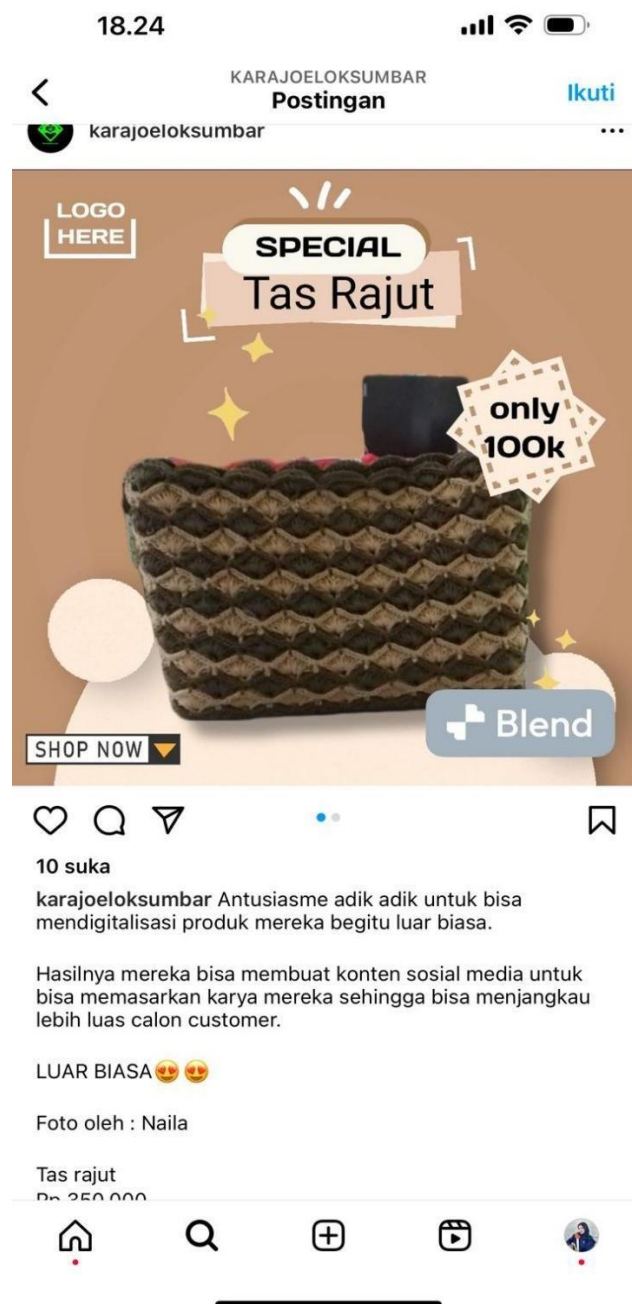


Gambar 8. Praktik Pengambilan Foto Produk Oleh Salah Satu Siswa SLB YPPLB



Gambar 9. Karya Terpilih Yang Diposting di Instagram KarajoElok

Pelaksanaan kegiatan ini sukses dilaksanakan, dapat dilihat dari hasil pengambilan foto dan desain yang mereka terapkan pada foto peroduk yang sebelumnya mereka ambil. Kegiatan ini mampu meningkatkan pemahaman tentang teknik pengambilan gambar objek dari berbagai sudut gambar oleh mitra karajoelok.com yang merupakan pebisnis dengan disabilitas dan kebutuhan khusus guru dan siswa/i SLB YPPLB Kota Padang serta memungkinkan mereka berinovasi dalam mendesain tampilan produk agar terlihat menarik untuk dipasarkan di media sosial (Gambar 10).



Gambar 10. Praktik dan Hasil Fotografi Peserta

Pelatihan ini berlangsung sangat baik dimana peserta terlihat sangat antusias dan foto foto yang dihasilkan pun nampak jauh lebih baik dibandingkan sebelumnya. Peserta dapat memperlihatkan hasil foto mereka dan berencana untuk selalu mengembangkan kemampuan mereka dalam hal fotografi dan melakukan pemasaran di media sosial dan ebsite karajoelok.com. Pelatihan ditutup dengan foto bersama dengan tim pelaksana dan peserta pelatihan (Gambar 11) untuk semakin memberi semangat pada peserta pelatihan dan mempererat kedekatan.



Gambar 11. Sesi Foto Bersama Pemateri dan Peserta Pelatihan

KESIMPULAN DAN SARAN

Keterbatasan pengusaha UMKM disabilitas yang pada awalnya tak mampu menciptakan gambar menarik untuk dipajang di media sosial menjadi dasar munculnya ide melaksanakan kegiatan ini. Tujuan utama dari kegiatan ini adalah memberikan kemampuan teknis pada UMKM disabilitas tentang aspek fotografi dan digital marketing sehingga mereka mampu menarik pasar membeli produk mereka. Peserta kegiatan yang terdiri dari UMKM disabilitas di kota Padang. Tujuan dari pelatihan *social media marketing* bagi Pelaku Usaha Penyandang Disabilitas yang tergabung dalam Karajoelok.com di YPPLB Padang ini yang paling utama adalah peningkatan kemampuan promosi dan berbisnis memanfaatkan media sosial. Pelatihan ini diselenggarakan oleh tim pelaksana yang terdiri dari Dosen dan mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Andalas. Pada akhir kegiatan, pelaku UMKM disabilitas terbukti mampu untuk membuat content pemasaran yang menarik di media sosial.

Pelatihan ini memberikan banyak informasi dan kegiatan praktik terbukti membuat peserta pelatihan antusias dan mampu dalam menciptakan konten-konten sosial media yang profesional dengan tampilan gambar yang menarik bagi calon pembeli. Kegiatan ini akan membantu para anggota dari komunitas pebisnis disabilitas dalam memasarkan produk secara digital terutama dalam hal pemasaran di media sosial

dan website karajoelok.com. Dengan demikian, diharapkan setelah pelatihan, pengusaha UMKM yang memiliki disabilitas dan kebutuhan khusus dapat mengoptimalkan penjualan serta pemasaran mereka. Media sosial dianggap sebagai media yang sangat efektif dalam mengiklankan barang dan jasa terutama bagi pelaku usaha penyandang disabilitas yang memiliki keterbatasan dalam hal mobilisasi dan komunikasi dengan para calon pembeli. Kegiatan pelatihan untuk penyandang disabilitas berikutnya dapat lebih memfokuskan pada melakukan modifikasi produk dan *packaging* yang sesuaipada permintaan pasar dengan dibantu oleh media sosial. Hal ini akan memberikan kontinuitas dan efektifitas implementasi inovasi usaha berbasis karya-karya UMKM penyandang disabilitas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim kegiatan mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Andalas yang telah memberikan pembiayaan atas kegiatan ini, semua peserta pelatihan, tim karajoelok.com, para mahasiswa FEB Unand, kepala sekolah dan guru SLB YPPLB Kota Padang, serta pihak yang ikut membantu dalam kesuksesan dankelancaran pelaksanaan kegiatan ini yang bertempat di Aula SLB YPPLB Padang. Terima kasih juga penulis haturkan pada Bapak Ferry Lismanto sebagai Editor dan tim reviewer yang telah memberikan masukan positif untuk perbaikan tulisan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abedi, E., Ghorbanzadeh, D., & Rahehagh, A. (2019). Influence of EWOM Information on Consumers' Behavioral Intentions in Mobile Social Networks: Evidence of Iran. *Journal of Advances in Management Research*, 17(1), 84–109. <https://doi.org/10.1108/JAMR-11-2018-0103>
- Aisuwarya, R., Kartika, D., A., & Silvia, S. (2023). Pelatihan Pembuatan Media Tanam Organik Serta Strategi Pemasaran Digital Untuk Kemandirian Mitra Organik Jaya Di Kabupaten Padang Pariaman. *Jurnal Hilirisasi IPTEKS*, 3(3), 253–261. <http://hilirisasi.lppm.unand.ac.id/index.php/hilirisasi/article/view/684>
- Bahari, A. (2022). Pengembangan Metode Pemasaran Melalui Digital Marketing Bagi Produk Umkm Di Nagari Kamang Mudiak Kecamatan Kamang Magek Kabupaten Agam. *Jurnal Hilirisasi*, 5(1), 23–31.
- Bisma, M. A., & Pramudita, A. S. (2019). 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>

- Games, D., & Sari, K. D. (2019). Upaya Membangun Kemandirian Ekonomi Penyandang Disabilitas Di Sumatera Barat: Suatu Pendekatan Pemasaran Dan Inovasi Produk. *Jurnal Hilirisasi IPTEKS*, 2(4).
- Ghorbanzadeh, D., Zakieva, R. R., Kuznetsova, M., Ismael, A. M., & Ahmed, A. A. A. (2023). Generating Destination Brand Awareness and Image through the Firm's Social Media. *Kybernetes*, 52(9), 3292–3314.
- Hidayati, I., Deri, P., & Safitri, S. (2023). Psikoedukasi Penggunaan Internet Dan Short Course Keterlibatan Siswa Dalam Kegiatan Pembelajaran Yang Efektif. *Warta Pengabdian Andalas*, 30(4), 739–749. <https://doi.org/10.25077/jwa.30.4.739-749.2023>
- Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(1), 25–32.
- Kasih, S. R., Ramdan, A. M., & Samsudin, A. (2020). Minat Beli Kaum Milenial Pengguna Instagram. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 3(1), 52–61.
- 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. Disertasi. [<https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/16194>] (<https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/16194>)
- Purna, R., Silawati, Y., & Angraini, F. (2023). Psikoedukasi Bagi Guru Pembimbing Khusus (GPK) dalam Pengelolaan Emosi dan Keyakinan Diri Mendampingi Anak Berkebutuhan Khusus di Sekolah Inklusi. *Warta Pengabdian Andalas*, 30(1), 100–109. <https://doi.org/10.25077/jwa.30.1.100-109.2023>
- Putri, N., Nugraha, M. A., Luthfiah, A., & Arrahman, M. (2023). PengembanganUMKM Melalui Program Desain Kemasan, Dan Metode Pemasaran Produk Karak Kaling Talua Dan Roti Kariang Dengan Pemanfaatan Sosial Media Instagram. *Warta Pengabdian Andalas*, 30(4), 607–615. [<https://doi.org/10.25077/jwa.30.4.607,615.2023>](<https://doi.org/10.25077/jwa.30.4.607-615.2023>)
- Rizal, F., Adam, M., & Ibrahim, M. (2017). Effect of Price, Design, and Location on Decision of Purchase and Its Implication on Customer Satisfaction. *International Journal of Economic, Commerce, and Management*, 5(12), 346–347.
- Sari, D., Suziana, K. 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>

- 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 IPTEK*, 2(3b), 305–314.
- 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. [\[https://doi.org/10.35137/Jei.V21i1.401\]](https://doi.org/10.35137/Jei.V21i1.401)