

## PELATIHAN MEMBUKA JALAN BISNIS INKLUSIF UNTUK KOMUNITAS LINGKAR SOSIAL (LINKSOS) MALANG

Joni Dwi Pribadi<sup>1)</sup>, Umi Khabibah<sup>2)</sup>, Halid Hasan<sup>3)</sup>, Abdullah Helmy<sup>4)</sup>, Rizka Rahmawati<sup>5)</sup>,  
Fahmi Muhammad Az Zuhri<sup>6)</sup>

<sup>123456</sup>Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Malang

email: joni.dwi@polinema.ac.id

### Abstract

*The inclusive disability community at LINKSOS in Lawang, Malang Regency, produces various handicrafts such as batik and scrap-fabric accessories but lacks digital marketing reach to expand their market. This community service program aims to empower these inclusive MSMEs through online marketing training using WhatsApp Business. The activity employed a Lesson Study approach (planning, action, monitoring & evaluation) involving 30 participants, predominantly deaf and mute individuals. Training was facilitated through visual materials, direct mentoring, and adaptive communication without sign language interpreters. Evaluation results showed significant improvements: 100% of participants understood the importance of digital marketing, 83% successfully managed business profiles, and 93% mastered automated messaging. Partner satisfaction was rated highly, particularly regarding team mentoring. Overall, WhatsApp Business proficiency increased from 16% to 90%, with 70% of participants achieving independent account management. The program demonstrates that inclusive training methods effectively enhance digital literacy and economic independence for disabled MSMEs, though sustained mentoring remains necessary for advanced feature optimization.*

*Keywords: Online Marketing, Inclusive Business, WhatsApp Business, Disability Empowerment*

### 1. PENDAHULUAN

Penyandang disabilitas di Indonesia memiliki hak yang sama untuk berpartisipasi secara penuh dan mandiri dalam kehidupan sosial maupun ekonomi, sebagaimana dijamin dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2016. Namun, realitas di lapangan menunjukkan bahwa stigma negatif dan keterbatasan akses masih menghambat kemandirian ekonomi kelompok ini. Data Badan Pusat Statistik (2022) mencatat dari 17 juta penyandang disabilitas usia produktif, hanya sekitar 7,6 juta yang terserap dalam angkatan kerja. Kesenjangan ini memperjelas urgensi pemberdayaan yang tidak hanya bersifat bantuan sosial, tetapi juga berorientasi pada pengembangan kapasitas, literasi digital, dan kemandirian berwirausaha menurut Faujianto et al. (2023) dan Hasan et al. (2024).

Komunitas Lingkaran Sosial Indonesia (LINKSOS) di Lawang, Kabupaten Malang, merupakan salah satu wadah inklusif khususnya Unit Usaha Inklusif bernama Difabel Kreatif (Dekraf) yang telah berhasil membina penyandang disabilitas khususnya tuna rungu dan wicara dalam menghasilkan

produk kerajinan bernilai ekonomi seperti batik ciprat, batik tulis, keset, serta tas dan dompet dari kain perca. Meskipun kualitas produk telah teruji melalui pendampingan dinas sosial dan lembaga mitra, jangkauan pemasaran masih terbatas pada lingkaran lokal dan penjualan tatap muka. Minimnya penguasaan platform pemasaran daring menjadi hambatan struktural yang memperkecil peluang perluasan pasar dan peningkatan omzet pelaku usaha inklusif ini (Rasenda et al., 2025; Ramadhani et al., 2025; Panggabean, 2025; Kerta, 2024). Meskipun mereka sudah mendapatkan program inkubasi bisnis (Empower Academy) melalui pemberdayaan kategori Business Creation/Unbusiness dan Business Scale Up/Inbusiness (Kerta, 2024).

Pemasaran berbasis teknologi, khususnya melalui aplikasi WhatsApp Business, menawarkan solusi strategis yang praktis, hemat biaya, dan mudah diadopsi oleh pelaku usaha mikro (Iswanto, 2025; Kerta, 2024). Fitur-fitur seperti katalog produk, pesan otomatis, dan pelabelan kontak memungkinkan komunikasi bisnis yang lebih

terstruktur tanpa memerlukan infrastruktur kompleks. Berdasarkan potensi tersebut, kegiatan pengabdian ini dirancang untuk memberdayakan UMKM inklusif di LINKSOS melalui pelatihan pemasaran daring menggunakan WhatsApp Business. Tujuan utama kegiatan ini adalah meningkatkan kompetensi digital peserta dalam mengelola akun bisnis, memanfaatkan fitur pemasaran, serta memperluas jangkauan pasar produk kerajinan disabilitas. Pendekatan pelaksanaan mengadopsi metode *Lesson Study* dengan pendampingan adaptif yang disesuaikan dengan karakteristik peserta mayoritas tuna rungu dan tuna wicara, sehingga materi dapat tersampaikan secara visual dan interaktif tanpa bergantung sepenuhnya pada penerjemah bahasa isyarat (Suhartini et al., 2025; Mudrikah, 2025).



Gambar 1. Hasil Karya Batik Penyandang Disabilitas di LINKSOS

## 2. KAJIAN LITERATUR

### 1) Pemasaran Daring

Transformasi perilaku konsumen ke arah kanal digital menuntut pelaku usaha mikro untuk mengadaptasi strategi promosi yang lebih terukur dan hemat biaya. Pemanfaatan internet dan perangkat seluler telah menggeser paradigma pemasaran konvensional menjadi interaksi daring yang memungkinkan perluasan jangkauan tanpa batasan geografis (Hakim, 2025). Dalam konteks UMKM inklusif, pemasaran daring tidak hanya berfungsi sebagai instrumen peningkatan penjualan, tetapi juga sebagai sarana membangun visibilitas dan kepercayaan pasar terhadap produk karya penyandang disabilitas. Di antara berbagai platform yang tersedia, aplikasi percakapan instan menawarkan pendekatan yang paling mudah diakses, mengingat penetrasi pengguna yang tinggi dan kemudahan operasional tanpa memerlukan

infrastruktur teknis yang kompleks (Isdianti, 2024).

### 2) *WhatsApp Business*

Untuk mengoptimalkan fungsi komunikasi menjadi alat komersial, *WhatsApp Business* menyediakan ekosistem fitur yang secara spesifik ditujukan bagi pelaku usaha mikro. *Platform* ini memungkinkan penjual mengelola profil profesional, menyajikan katalog produk secara terstruktur, serta mengotomatisasi respons pelanggan melalui *greeting* dan *away message* (Hartono & Yudianto, 2024; Wicaksono et al., 2023; Permatasari et al., 2022; Rahmah, 2023). Keunggulan utama terletak pada kemampuannya menjembatani komunikasi dua arah yang personal namun tetap terukur, sehingga cocok untuk UMKM yang mengandalkan relasi langsung dengan konsumen (Wahyudi, 2024). Bagi penyandang disabilitas sensorik, antarmuka *WhatsApp Business* yang berbasis teks dan visual menawarkan aksesibilitas lebih tinggi dibandingkan *platform e-commerce* yang memerlukan navigasi kompleks. Fitur pelabelan kontak (*label message*) dan siaran (*broadcast*) juga memungkinkan pengelolaan basis pelanggan yang lebih sistematis tanpa menambah beban kognitif berlebih, sehingga mendukung kemandirian operasional usaha secara berkelanjutan.

## 3. METODE

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif menggunakan kerangka *Lesson Study* yang telah diadaptasi untuk konteks pemberdayaan UMKM inklusif. Pelaksanaan operasional difokuskan pada tiga fase: persiapan (*planning*) dilakukan pada bulan April 2025, pelaksanaan pelatihan (*action*) dilakukan pada tanggal 24-27 Juni 2025, serta pemantauan dan penilaian (*monitoring & evaluation*) dilakukan pada tanggal 27 Juni 2026 (Kerta, 2025). Subjek kegiatan melibatkan 30 anggota UMKM Omah Difabel LINKSOS yang mayoritas merupakan penyandang tuna rungu dan wicara. Jumlah peserta ini sebanyak sepertiga dari keseluruhan penerima manfaat di Omah Difabel tersebut yaitu 90 orang (Kerta, 2025).

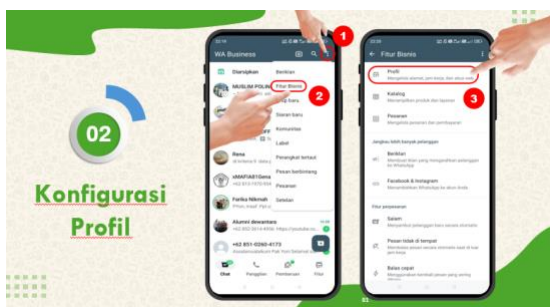


Gambar 2. Sesi Diskusi Rencana Kegiatan Pengabdian dengan Pengurus LINKSOS



Gambar 4. Sesi Penyampaian Materi Pengabdian

Instrumen evaluasi yang digunakan meliputi lembar observasi praktik langsung, kuesioner penguasaan fitur digital, survei kepuasan mitra (skala Likert), dan rubrik analisis level keberdayaan berbasis indikator jangkauan pasar serta penerapan teknologi. Agar materi tersampaikan secara efektif, pelatihan dirancang dengan strategi komunikasi aksesibel: penyajian slide visual minim teks, penayangan ringkasan materi secara *real-time* pada proyektor tambahan, serta pendampingan satu per satu oleh mahasiswa untuk memastikan setiap peserta dapat mengoperasikan fitur secara mandiri tanpa ketergantungan penuh pada penerjemah bahasa isyarat. Data dikumpulkan secara pre-post untuk mengukur peningkatan kompetensi digital dan dampak pemberdayaan secara kuantitatif maupun kualitatif.



Gambar 3. Bahan Presentasi yang Sempel dan Komunikatif

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian dilaksanakan di Desa Turirejo, Kecamatan Lawang, Kabupaten Malang, yang diikuti oleh 30 penyandang disabilitas yang tergabung dalam UMKM Omah Difabel LINKSOS. Berdasarkan evaluasi pascapelatihan, terdapat peningkatan signifikan dalam pemahaman dan keterampilan operasional peserta (Tabel 1). Seluruh peserta (100%) menyatakan memahami urgensi pemasaran daring untuk pengembangan usaha. Dalam aspek teknis, 83% peserta berhasil mengubah dan mengelola profil bisnis, sedangkan 93% mampu mengaktifkan fitur pesan otomatis. Penguasaan fitur pelabelan kontak dicapai oleh 77% peserta.

Tabel 1. Evaluasi Penguasaan Peserta

No	Pernyataan	Y	T	%
1	Peserta memahami pemasaran <i>online</i>	30	0	100
2	Peserta dapat mengubah profil WhatsApp Bisnis	25	5	83
3	Peserta dapat mengatur <i>Greeting Message</i>	28	2	93
4	Peserta dapat mengatur <i>Away Message</i>	28	2	93
5	Peserta dapat mengatur <i>Label Message</i>	23	7	77

Tingginya pemahaman konseptual (100%) menunjukkan bahwa sosialisasi awal berhasil membangun kesadaran digital. Kesenjangan pada pengelolaan profil (83%) dan label (77%)

sejalan dengan temuan Mayreista et al. (2025) yang mencatat adanya variasi literasi digital antar peserta akibat perbedaan kecepatan adaptasi dan kapasitas memori jangka pendek. Namun, keberhasilan 93% dalam mengaktifkan pesan otomatis membuktikan bahwa fitur berbasis *template* lebih mudah diadopsi oleh penyandang disabilitas sensorik dibandingkan fitur yang memerlukan pengaturan multi-langkah.

Survei kepuasan mitra terhadap pelaksanaan program menunjukkan respons positif (Tabel 2). Mitra memberikan penilaian sangat puas pada aspek keterlibatan aktif tim dan frekuensi pendampingan, serta puas terhadap solusi yang diberikan, peningkatan kemandirian, serta kepuasan keseluruhan terhadap program.

Tabel 2. Survei Kepuasan Mitra

No	Pernyataan	SS	S
1	Kegiatan PPM yang dilaksanakan memberikan solusi atas masalah yang dihadapi mitra		X
2	Anggota tim yang terlibat dalam kegiatan PPM aktif dalam memberikan bantuan	X	
3	Frekuensi pendampingan yang dilakukan oleh tim PPM dirasakan sudah sesuai	X	
4	Terjadi peningkatan kemandirian atau penambahan pengetahuan dan ketrampilan pada mitra		X
5	Secara keseluruhan mitra merasakan kepuasan atas kegiatan PPM yang telah dilaksanakan		X

Penilaian sangat puas pada aspek pendampingan mengonfirmasi bahwa model *Lesson Study* dengan fasilitasi inklusif efektif menjembatani hambatan komunikasi. Komitmen tim dalam menyediakan pendampingan individu dan materi visual terbukti menjadi faktor kunci keberhasilan, sebagaimana ditekankan dalam studi pemberdayaan disabilitas yang menekankan

pentingnya pendekatan personal dan kesabaran fasilitator (Hasan et al., 2024).



Gambar 5. Sesi Pendampingan oleh Tim Pengabdian dan Mahasiswa

Analisis keberdayaan dilakukan dengan membandingkan kondisi sebelum dan sesudah intervensi (Tabel 3). Penerapan WhatsApp Business meningkat dari 16% menjadi 90%, sementara pengelolaan akun secara mandiri mencapai 70% peserta. Jangkauan pemasaran meluas dari lingkaran lokal menjadi potensi pasar daring yang lebih luas, didukung oleh kemampuan fitur *catalog* dan *broadcast* yang memicu strategi *word-of-mouth digital*. Layanan pelanggan juga meningkat secara kuantitatif dan kualitatif melalui otomatisasi respons dan pengelompokan kontak.

Tabel 3. Analisis Level Keberdayaan

No	Level Keberdayaan	Indikator	Sebelum PKM	Sesudah PKM
1	Peningkatan Daya Saing Mitra	1. Jangkauan Pemasaran	2	> 2
		2. Peningkatan Layanan	3	8
2	Peningkatan Penerapan IPTEK pada Mitra	1. Penerapan WhatsApp Bisnis	16%	90%
		2. Pengelolaan WhatsApp Bisnis	0	70

Lonjakan penguasaan dari 16% menjadi 90% membuktikan bahwa pelatihan terstruktur mampu mengatasi hambatan teknis awal. Angka pengelolaan mandiri sebesar 70% menunjukkan bahwa sebagian peserta masih memerlukan pendampingan berkala untuk fitur lanjutan, sesuai dengan rekomendasi Welkom et al. (2025) yang menekankan perlunya siklus pendampingan berkelanjutan agar adopsi teknologi tidak berhenti pada

tahap penggunaan dasar. Secara keseluruhan, program ini berhasil mentransformasi WhatsApp dari sekadar alat komunikasi menjadi *platform* pemasaran terstruktur yang mendukung kemandirian ekonomi penyandang disabilitas.

## 5. SIMPULAN

Kegiatan pengabdian ini berhasil meningkatkan literasi digital dan kapasitas pemasaran inklusif UMKM penyandang disabilitas di LINKSOS Lawang melalui pelatihan *WhatsApp Business*. Evaluasi menunjukkan peningkatan signifikan: 100% peserta memahami urgensi pemasaran daring, 83% mampu mengelola profil bisnis, 93% mengaktifkan pesan otomatis, dan 77% menguasai pelabelan kontak. Adopsi platform meningkat dari 16% menjadi 90%, dengan 70% peserta mampu mengelola akun secara mandiri. Kepuasan mitra berada pada kategori sangat puas, khususnya pada aspek pendampingan adaptif tanpa penerjemah bahasa isyarat. Secara keseluruhan, pendekatan *Lesson Study* dengan fasilitas visual dan pendampingan satu-satu terbukti efektif menjembatani hambatan komunikasi serta memperkuat kemandirian ekonomi pelaku usaha difabel. Untuk optimalisasi jangka panjang, diperlukan pendampingan berkala guna mengatasi variasi kecepatan adaptasi peserta dan memperkenalkan fitur lanjutan seperti integrasi katalog daring serta analisis perilaku pelanggan.

Ke depan, sebagai implementasi atas perjanjian dan pelaksanaan kerjasama yang telah dibuat antara Polinema dan LINKSOS, program ini akan dilanjutkan melalui peer-mentoring yang dikoordinasikan oleh pengurus LINKSOS, serta sinergi berkelanjutan untuk menjamin akses pelatihan berkala dan pendampingan teknis. Tantangan ke depannya yang perlu diantisipasi adalah dinamika pembaruan fitur aplikasi yang menuntut adaptasi literasi digital lebih tinggi. Selain itu, variasi kecepatan adaptasi akibat kondisi disabilitas sensorik memerlukan pendekatan yang lebih personal dan tidak terputus. Sebagai rencana tindak lanjut, tim juga akan melakukan pemantauan berkala melalui komunikasi dengan pengurus LINKSOS, pengembangan modul visual berbasis infografis, serta pendampingan penyusunan pencatatan keuangan digital

sederhana. Pemantauan dampak ekonomi jangka panjang juga akan dilakukan melalui indikator pertumbuhan omzet dan perluasan jaringan pelanggan, sehingga transformasi digital yang telah dimulai dapat benar-benar berkelanjutan dan berdampak nyata terhadap kesejahteraan ekonomi komunitas inklusif.

## 6. DAFTAR REFERENSI

- Faujianto, S. A., Rohmatiah, A., Iswati, R., & Lukito, M. (2023). Pemberdayaan Penyandang Disabilitas Melalui Program Ketrampilan Handycraft Untuk Mendorong Kemandirian Ekonomi di Paguyupan Disabilitas Krida Karya Mandiri. *Jurnal Terapan Abdimas*, 8(1), 58-64. <https://doi.org/https://doi.org/10.25273/jta.v8i1.13894>
- Hakim, L. (2025, April 8). *Pemasaran Online Adalah: Pengertian, Manfaat dan Jenis*. Retrieved from Deepublish Store Website: [https://deepublishstore.com/blog/pemasaran-online/?srsId=AfmBOopOw3obizo-V8ce9t\\_vM4T\\_e250e00UyRMB9J7UljRL5ftnUUN](https://deepublishstore.com/blog/pemasaran-online/?srsId=AfmBOopOw3obizo-V8ce9t_vM4T_e250e00UyRMB9J7UljRL5ftnUUN)
- Hartono, R., & Yudianto, A. (2024). PEMANFAATAN APLIKASI WHATSAPP BUSINESS SEBAGAI MEDIA PROMOSI USAHA MAMA NAURA SHOP DESA TELUK MESJID KECAMATAN DANAU PANGGANG KABUPATEN HULU SUNGAI UTARA. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(1), 77-81.
- Hasan, H., Nikmah, F., & Pribadi, J. (2024). Community Based Approach: Empowering Persons with Disabilities. *International Journal Of Humanities Education And Social Sciences*, 4(2), 743-752.
- Isdianti, H. (2024, Agustus 1). *Pelajari Strategi Marketing Menggunakan WhatsApp Business*. Retrieved from Barantum Blog: <https://www.barantum.com/blog/strategi-marketing-whatsapp-business/#:~:text=Apa%20itu%20Strategi%20Marketing%20dengan,digunakan%20di%20dunia%2C%20termasuk%20Indonesia.>

- Iswanto, D. (2025). Business Incubation for Inclusive Economy: Implementation of Empower Academy Program in Empowering Disabled MSMEs in Malang City. *Pangripta Jurnal Ilmiah Kajian Perencanaan Pembangunan*, 8(2), 116-127. <https://doi.org/doi.org/10.58411/bkvv0204>
- Kerta, K. (2024, September 2). *Empower Academy Inklusi Bisnis UMKM Disabilitas*. Retrieved from LinkSos Website: <https://lingkarsosial.org/empower-academy-inklusi-bisnis-umkm-disabilitas/>
- Kerta, K. (2024, September 2). *Empower Academy Inklusi Bisnis UMKM Disabilitas*. Retrieved from LinkSos Website: <https://lingkarsosial.org/empower-academy-inklusi-bisnis-umkm-disabilitas/>
- Kerta, K. (2025, Desember 9). *Aktivasi dan Jangkauan Manfaat LINKSOS di MCC dan Kota Malang Tahun 2023–2025*. Retrieved from LinkSos Website: <https://lingkarsosial.org/aktivasi-dan-jangkauan-manfaat-linksos-di-mcc-dan-kota-malang-tahun-2023-2025/>
- Kerta, K. (2025, Juli 1). *Pelatihan WhatsApp Bisnis Disabilitas: Kolaborasi Polinema dan LINKSOS Dorong Inklusi Digital*. Retrieved from LinkSos Website: <https://lingkarsosial.org/pelatihan-whatsapp-bisnis-disabilitas-kolaborasi-polinema-dan-linksos-dorong-inklusi-digital/>
- Mayreista, D., Santoso, B., & Hamzah. (2025). Pelatihan Digital Marketing Melalui Media Sosial Instagram dan Whatsapp Bussiness bagi UMKM di Kelurahan 1 Ulu Kota Palembang. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(3), 2149-2153. <https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.31949/jb.v6i3.14509>
- Mudrikah, J. (2025, Juli 16). *Pemberdayaan Disabilitas Rungu melalui Pelatihan Barista di Cafe Dignityku Pasar Minggu Jakarta Selatan*. Retrieved from Institutional Repository UIN Syarif Hidayatullah Jakarta: <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/88871>
- Panggabean, M. P. (2025). The Benefits of Digital Marketing in Developing MSMEs Businesses in Remote Areas of North Sumatra in 2024. *BROMO: Business Research and Management Journal*, 2(1), 1-9.
- Permatasari, I. R., Arjo, T. R., Permanasari, K. I., & Sinatrya, J. O. (2022). Pelatihan Pemanfaatan WA Bisnis untuk Meningkatkan Pelayanan Kepada Masyarakat di Desa Duwet. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 9(2), 125-131. <https://doi.org/doi.org/10.33795/jabdimas.v9i2.191>
- Rahmah, S. N. (2023). Pemanfaatan Media Promosi Pemasaran Digital: Studi Pada Rumah Sakit di Kabupaten Malang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 10(1), 119-123. <https://doi.org/doi.org/10.33795/abdimas.v10i1.4235>
- Ramadhani, N. A., Ilham, M., & Hidayat, R. (2025). Pemberdayaan UMKM melalui Pelatihan Digital Marketing untuk Peningkatan Daya. *Journal of Community Action*, 1(1), 42-49. <https://doi.org/doi.org/10.71094/joca.v1i1.xx>
- Rasenda, Rizal, M., Wiyana, H., & Subagja, S. N. (2025). Digitalisasi UMKM: Strategi Dan Model Bisnis Berbasis Teknologi Untuk Keberlanjutan. *JUBISDIGI: Jurnal Bisnis Digital*, 1(1), 52-59. <https://doi.org/doi.org/10.9030/jubisdigi.v1i1.936>
- Suhartini, S., Selpia, S. I., Anjeli, P., Balkisz, B., & Sari, N. T. (2025). Strategi Pembelajaran Visual dalam Meningkatkan Pemahaman Konsep pada Siswa Tunarungu di SLB Karya Bakti Ujung Batu. *Jurnal Inovasi Pembelajaran Progresif*, 6(2), 267-276.
- Wahyudi, Y. (2024, September). *WhatsApp Business dan Digital Marketing*. Retrieved Januari 26, 2025, from Sibakul Jogja: Provinsi Jogja: <https://sibakuljogja.jogjaprov.go.id/bl>

- og/timteknis/whatsapp-business-dan-digital-marketing/
- Welkom, S. S., Sevriana, L., Sunarmo, S., Rahmi, A. N., Kamil, A. A., Raihan, M., . . . Rahmawati, M. (2025). Sosialisasi Digital Marketing dan Pelatihan Whatsapp Business untuk UMKM di Kampung Karet RW10, Kab. Bogor, Jawa Barat. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia (JAMSI)*, 5(2), 417–424.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.54082/jamsi.1493>
- Wicaksono, G. B., Arga, F. H., Sadewa, A. B., & Susanto, E. (2023). Strategi Digital Marketing Menggunakan Whatsapp Business Pada Warung Makan Menwari. *JURNAL ILMIAH MANAJEMEN DAN BUSINESS*, 6(2), 565-570.