

Pemberdayaan Anggota Persatuan Cacat Tubuh (Percatu) Tulungagung dengan Optimalisasi Potensi Usaha dan Perluasan Jaringan Pemasaran

¹⁾ Muhammad Anasrulloh*, ²⁾Ela Rolita Arifianti, ³⁾Maria Agatha Sri Widyanti Hastuti

¹⁾Pendidikan Ekonomi, Universitas Bhinneka PGRI, Tulungagung, Indonesia

^{2,3)}Teknik Industri, Pendidikan Ekonomi, Universitas Bhinneka PGRI, Tulungagung, Indonesia

Email Corresponding: m.anasrulloh@ubhi.ac.id*

INFORMASI ARTIKEL	ABSTRAK
Kata Kunci: Pemberdayaan Percatu Optimalisasi Potensi usaha Jaringan Pemasaran	Pemberdayaan anggota Persatuan Cacat Tubuh (Percatu) Tulungagung merupakan upaya penting untuk meningkatkan kemandirian ekonomi dan kualitas hidup penyandang disabilitas. Program ini fokus pada optimalisasi potensi usaha yang dimiliki anggota Percatu melalui berbagai pelatihan keterampilan dan pembinaan manajerial. Melalui pendekatan partisipatif, anggota dilibatkan dalam identifikasi potensi diri dan usaha masing-masing, sehingga mereka mampu memanfaatkan keunikan produk atau layanan yang ditawarkan. Selain itu, pengembangan jaringan pemasaran dilakukan untuk memperluas akses produk hingga pasar yang lebih luas, baik secara lokal maupun melalui platform digital. Hal ini mencakup pelatihan pemasaran digital, kolaborasi dengan pelaku usaha lokal, dan kemitraan strategis dengan berbagai lembaga. Dengan adanya perluasan jaringan pemasaran, diharapkan produk-produk yang dihasilkan oleh anggota Percatu dapat memiliki daya saing yang lebih tinggi dan diterima di pasar yang lebih luas. Program pemberdayaan ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan pendapatan anggota, tetapi juga untuk menumbuhkan kepercayaan diri, kemandirian, dan partisipasi aktif penyandang disabilitas dalam kehidupan sosial-ekonomi. Secara keseluruhan, program ini diharapkan dapat menciptakan lingkungan yang inklusif dan mendukung pemberdayaan penyandang disabilitas dalam konteks ekonomi masyarakat Tulungagung.
Keywords: Empowerment Percatu Optimization Business potential Marketing Network	ABSTRACT The empowerment of members of the Tulungagung Association of Disabled Persons (Percatu) is an important effort to improve the economic independence and quality of life of persons with disabilities. This program focuses on optimizing the business potential of Percatu members through various skills training and managerial coaching. Through a participatory approach, members are involved in identifying the potential of themselves and their respective businesses, so that they are able to take advantage of the uniqueness of the products or services offered. In addition, the development of marketing networks is carried out to expand product access to a wider market, both locally and through digital platforms. This includes digital marketing training, collaboration with local businesses, and strategic partnerships with various institutions. With the expansion of the marketing network, it is expected that the products produced by Percatu members can have higher competitiveness and be accepted in a wider market. This empowerment program not only aims to increase members' income, but also to foster self-confidence, independence, and active participation of persons with disabilities in socio-economic life. Overall, this program is expected to create an inclusive environment and support the empowerment of people with disabilities in the economic context of Tulungagung society.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



I. PENDAHULUAN

Pemberdayaan ekonomi merupakan aspek penting dalam mendukung kesejahteraan masyarakat (Sarinah et al., 2019), terutama bagi kelompok difabel. Di Kabupaten Tulungagung, Persatuan Cacat Tubuh

(Percatu) berperan sebagai wadah bagi anggotanya untuk memperoleh kesempatan dalam pengembangan usaha (Widiawati & Kusumaningtyas, 2021). Namun, kapasitas yang mereka miliki kurang mendukung kendala seperti keterbatasan jaringan pemasaran dan pengetahuan mengenai optimalisasi potensi usaha masih menjadi tantangan sehingga ada kesenjangan antara potensi dari dalam dengan peluang ke luar (Putri & Dkk, 2021). Kelompok disabilitas tersebut merupakan kelompok masyarakat yang terdiri dari individu-individu yang mengalami berbagai macam disabilitas seperti fisik. Tujuan utama dari komunitas ini adalah untuk memberikan dukungan, advokasi, dan kesempatan yang setara bagi anggotanya. Mereka sering kali bekerja untuk meningkatkan kesadaran tentang isu-isu yang dihadapi oleh orang-orang dengan disabilitas, memperjuangkan hak-hak mereka, dan mempromosikan inklusi di semua aspek kehidupan. Komunitas disabilitas dapat berperan sebagai wadah bagi individu untuk saling berbagi pengalaman, sumber daya, dan strategi untuk mengatasi tantangan yang mereka hadapi sehari-hari. Mereka juga dapat melakukan kampanye advokasi untuk meningkatkan aksesibilitas fisik dan sosial, memperjuangkan kebijakan yang mendukung hak-hak disabilitas, serta membangun jaringan dukungan yang kuat di antara anggotanya (Leuhery et al., 2023). Selain itu, komunitas disabilitas juga merupakan tempat di mana individu dengan disabilitas dapat merasa diterima, dihargai, dan diakui potensinya, serta mendapatkan dukungan moral dan emosional dari sesama anggota komunitas. Melalui kolaborasi dan kerja sama di dalam kelompok, mereka dapat memperkuat suara mereka dan menciptakan perubahan positif dalam masyarakat yang lebih luas. Dengan kondisi keterbatasan tidak membuat anggotanya berpangku tangan, akan tetapi masing-masing anggota saling memotivasi untuk bisa bertahan dan berusaha sesuai kemampuan yang dimiliki. Anggota kelompok ini mempunyai sikap yang baik bahwa hidup tidak bergantung pada orang lain, untuk memenuhi kebutuhan para anggota menjual kue-kue basah sesuai dengan kemampuan, seperti pentol keliling, gorengan, susu kedelai, jagung bakar, selain itu juga ada yang membuat kerajinan tangan dari anyaman bambu seperti tempat sampah, kandang ayam dan lainnya.

II. MASALAH

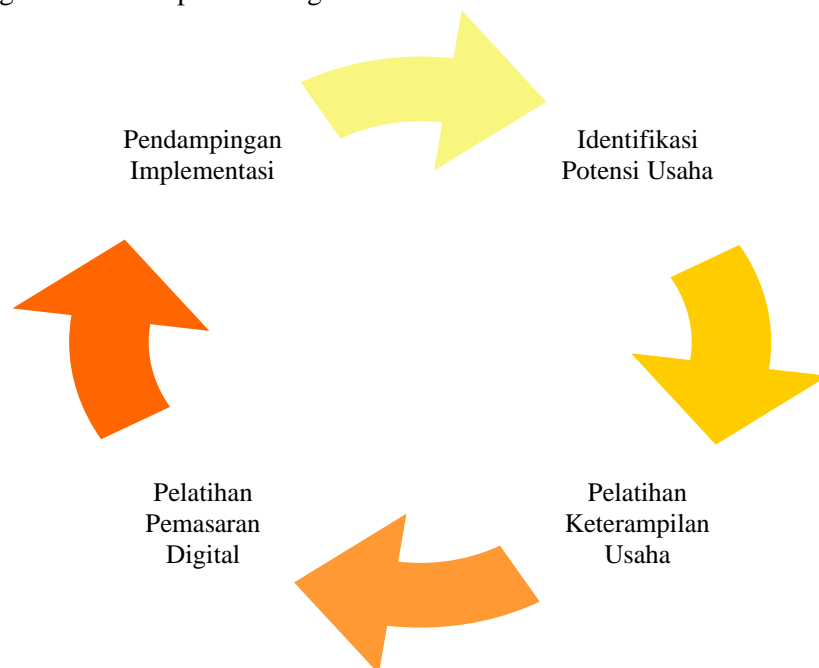
Percatu yang anggotanya merupakan penyandang disabilitas fisik dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka melakukan usaha seadanya yang mereka mampu, sehingga berusaha untuk tidak bergantung kepada orang lain, salah satu usaha yang dilakukan adalah adalah penjual kue-kue berbahan dasar tepung. Seperti olahan gorengan, pentol, lumpia dan lain sebagainya. Selain itu juga ada yang membuat kerajinan tangan berupa tempat sampah dari bambu, sapu dan kerajinan lain berbahan baku pohon bambu. Produk yang dihasilkan belum dapat maksimal, belum mempunyai standart dan belum konsisten kesediaannya, sehingga butuh pendampingan agar sesuai dengan standar yang dibutuhkan kalayak luas (Riyanto et al., 2022), setelah dilakukan pendampingan dalam produksi selanjutnya juga perlu pendampingan untuk pemasaran untuk produknya yang dihasilkan sehingga dapat terjual dan berimplikasi terhadap peningkatan pendapatan (Anasrulloh et al., 2023). produk yang baik setidaknya mempunyai kriteria berikut. 1). Memperhatikan permintaan pasar, Sebuah produk akan laku dan diminati pasar jika produk sesuai dengan permintaan pasar. Permintaan pasar biasanya terkait erat dengan kebutuhan. Seorang produsen harus bisa mengklasifikasikan produknya kebutuhan apa dijadikan target pemasaran (Zahra et al., 2021). Sebagai contoh produk makanan, ini termasuk kebutuhan pokok berupa pangan, maka produk ini kemungkinan besar bisa diminati. Tapi dengan syarat memenuhi kriteria lain semisal sesuai selera konsumen, memuaskan dan sebagainya. 2). Produk harus berkualitas Produk yang berkualitas pasti akan disukai pasar (Sholicha, Nikmatius dan Oktafia, 2021). Mereka akan puas dengan kualitas yang diberikan. Efeknya akan terjadi pemasaran dari mulut ke mulut yang meningkatkan brand atau merk produk. Jika sudah memiliki citra berkualitas, selain pasar menyukai produk tersebut, mereka juga tidak segan mengeluarkan uang berapapun untuk mendapatkan produk yang dimaksud (Karyadi, Indahwati, 2021). 3). Strategi promosi /pemasaran yang efektif, Sebaik apapun kualitas produk, jika tidak diketahui pasar, maka akan sia-sia. Pasar tidak bisa mengenali kualitas tersebut dan tidak menjadi pilihan dalam pemenuhan kebutuhan mereka. Maka untuk bisa mengenalkan produk dengan baik, sebuah strategi pemasaran sangat dibutuhkan. 4). Memberikan kebanggaan (prestisius) atau keunikan bagi pemakainya. 5). Kemudahan memperoleh atau mengaksesnya, Persyaratan lain suatu produk akan sangat disukai pasar atau masyarakat yakni kemudahan dalam memperoleh produk yang dimaksud. Atau dengan kata lain, konsumen tidak direpotkan dengan perjalanan jauh atau sistem yang berbelit. Semakin mudah produk diperoleh dipasaran, semakin populer produk dan akan semakin disukai pasar. 6). Perhatikan selera pasar, Dalam menciptakan produk, selera konsumen atau

pasar harus menjadi prioritas. Selera konsumen hampir mirip dengan permintaan atau kebutuhan pasar (Utomo et al., 2019). 7). Membangun sistem jaringan, Beberapa produk berhasil dirintis dengan sistem jaringan. Jika sudah memiliki jaringan yang kuat, maka produk pasti laku dipasaran karena target pasar sudah jelas dan spesifik. Jaringan yang dibangun bisa berbentuk komunitas atau jaringan penjualan yang lain. Semua bermuara pada bagaimana agar produk bisa disukai oleh pasar atau masyarakat secara umum (Nuurhayati et al., 2016).

III. METODE

Kegiatan ini menggunakan metode pelatihan dan pendampingan. Pelatihan difokuskan pada aspek optimalisasi usaha dan pemasaran produk, sedangkan pendampingan bertujuan untuk mendukung implementasi praktik langsung di lapangan. Adapun metode sebagai berikut.

1. Identifikasi Potensi Usaha : Dilakukan pemetaan potensi usaha dari setiap anggota Percatu untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan usaha masing-masing.
2. Pelatihan Keterampilan Usaha : Meliputi pelatihan manajemen usaha, pengelolaan keuangan sederhana, serta teknik produksi yang efektif.
3. Pelatihan Pemasaran Digital : Mengajarkan anggota cara memanfaatkan media sosial dan platform e-commerce untuk memperluas jaringan pemasaran.
4. Pendampingan Implementasi : Memberikan dukungan dalam mengaplikasikan pengetahuan yang telah diberikan, sekaligus memantau perkembangan usaha.



Gambar 1. Metode Pelatihan dan Pendampingan

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pemberdayaan ini dilaksanakan untuk meningkatkan kemandirian ekonomi anggota Persatuan Cacat Tubuh (Percatu) Tulungagung melalui optimalisasi potensi usaha yang sudah ada serta memperluas jaringan pemasaran. Dengan kondisi fisik yang terbatas, anggota Percatu memiliki tantangan besar dalam mengembangkan usahanya. Maka dari itu, program ini bertujuan memberikan solusi dan dukungan yang efektif dalam bentuk pelatihan keterampilan usaha, pengembangan strategi pemasaran digital, serta memperluas jaringan distribusi produk. Setelah dilakukan kegiatan dengan peserta 32 orang menunjukkan hasil sebagai berikut.

1. Peningkatan Keterampilan Usaha

Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman anggota dalam hal manajemen usaha. Mereka lebih mampu mengelola keuangan usaha dan merancang strategi produksi yang lebih efisien. Sebagai contoh, peserta mampu mencatat pengeluaran dan pemasukan usaha serta merencanakan alokasi modal usaha.

2. Optimalisasi Pemasaran Digital

Di sisi pemasaran, anggota Percatu mulai aktif menggunakan media sosial sebagai sarana promosi. Dengan bimbingan dari tim pelatihan, mereka kini mampu mengelola akun media sosial, membuat konten yang menarik, serta melakukan penjualan melalui platform digital dan marketplace lokal. Dalam periode kegiatan ini, terpantau peningkatan penjualan rata-rata sebesar 30%, yang menunjukkan adanya efektivitas dari pemasaran digital yang diterapkan. Kegiatan ini memberikan dampak signifikan pada perkembangan usaha anggota Percatu. Mereka kini dapat memanfaatkan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp sebagai platform pemasaran (Nufus & Handayani, 2022). Anggota juga dilatih untuk menggunakan aplikasi e-commerce, seperti Tokopedia dan Shopee, yang memungkinkan produk mereka lebih mudah diakses oleh konsumen dari luar Tulungagung. Meskipun hasil yang dicapai cukup memuaskan, terdapat beberapa tantangan yang perlu dicermati dalam rangkaian kegiatan pemberdayaan ini. Pertama, sebagian anggota masih mengalami kesulitan dalam menyesuaikan diri dengan teknologi digital, seperti penggunaan aplikasi dan pengelolaan akun media sosial. Hal ini dikarenakan keterbatasan literasi digital serta kurangnya perangkat pendukung. Oleh karena itu, penting untuk mempertimbangkan adanya pelatihan tambahan yang lebih fokus pada literasi digital dasar agar semua anggota bisa menguasai keterampilan dasar tersebut.

3. Perluasan Jaringan Pemasaran

Kegiatan ini membantu anggota dalam menjalin kerjasama dengan pihak ketiga, seperti reseller dan toko oleh-oleh lokal. Adanya kemitraan ini diharapkan dapat meningkatkan penjualan produk secara berkelanjutan. Pengembangan jejaring pemasaran masih perlu diperluas agar produk-produk dari anggota Percatu bisa menjangkau pasar yang lebih luas, baik di dalam maupun di luar Tulungagung. Dalam diskusi evaluasi, direkomendasikan agar program kolaborasi dengan komunitas atau organisasi sosial lainnya bisa lebih dioptimalkan. Kolaborasi ini diharapkan dapat memperluas jaringan distribusi, memperkenalkan produk di berbagai pameran atau bazar, dan menjalin kemitraan dengan pihak-pihak yang memiliki komitmen untuk mendukung usaha kelompok difabel.



Gambar 2. Dokumentasi kegiatan

V. KESIMPULAN

Kegiatan pendampingan "Pemberdayaan Anggota Persatuan Cacat Tubuh (Percatu) Tulungagung dengan Optimalisasi Potensi Usaha dan Perluasan Jaringan Pemasaran" ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan dan kemandirian ekonomi anggota Percatu di Tulungagung. Melalui kegiatan ini anggota diajak mengoptimalkan potensi usaha yang dimiliki, baik dari segi pengembangan produk, peningkatan kualitas, maupun efisiensi proses produksi. Pendampingan ini juga mencakup strategi pemasaran modern, termasuk memanfaatkan media sosial dan platform digital untuk memperluas jaringan pemasaran, serta membangun kemitraan dengan berbagai pihak, seperti toko, distributor lokal, dan e-commerce.

Dalam proses pendampingan, peserta telah mendapatkan bimbingan untuk mengidentifikasi keunggulan produk, mengenal preferensi pasar, dan membangun branding yang kuat. Selain itu, dilakukan pelatihan keterampilan manajerial dan pengelolaan keuangan sederhana, yang diharapkan dapat membantu para anggota Percatu agar lebih mandiri secara ekonomi dan memiliki keberlanjutan usaha. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan peningkatan kemampuan anggota dalam mengelola usaha secara efektif, adanya jaringan pemasaran yang lebih luas, serta peningkatan omset yang signifikan pada beberapa produk yang dihasilkan. Kesimpulannya, pendampingan ini berhasil memberdayakan anggota Percatu Tulungagung, membuka peluang ekonomi yang lebih luas, dan memberikan dampak positif terhadap kemandirian dan kesejahteraan mitra sasaran tersebut.



Gambar 3. Demonstrasi mengambil photo untuk promosi

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih yang sebesar-besarnya disampaikan kepada Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian kepada Masyarakat di bawah Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi, atas dukungan pendanaan yang telah diberikan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Dukungan ini telah memungkinkan untuk menjalankan program yang bermanfaat bagi masyarakat, serta memberikan kontribusi positif bagi pengembangan pengetahuan dan inovasi. Apresiasi juga disampaikan atas kesempatan yang diberikan untuk dapat berperan aktif dalam membantu masyarakat melalui program ini. Semoga kerjasama ini dapat terus terjalin dan memberikan dampak yang berkelanjutan bagi kemajuan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Anasrulloh, M., Kadeni, M. A. S., & S, I. S. (2023). Pendampingan Legalitas Usaha Umkm untuk Meningkatkan Kredibilitas Masyarakat Desa Karangnom. *Journal of Entrepreneurship and Community Innovations (JECI)*, 1(2), 35–42. <https://doi.org/10.33476/jeci.v1i2.25>
- Karyadi, Indahwati, dan J. (2021). PENDAMPINGAN PADA USAHA MAKRO KECIL MENENGAH (UMKM) UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING MELALUI PENINGKATAN PRODUKTIVITAS. *Dharma Laksana Mengabdikan Untuk Negeri P-ISSN*, 4(1), 60–66.
- Leuhery, F., Amalo, F., Cakranegara, P. A., Rara, R., Widaningsih, A., & Mere, K. (2023). Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Sebagai Upaya Pengentaskan Kemiskinan. *Communnity Development Journal*, 4(4), 8273–8277.
- Nufus, H., & Handayani, T. (2022). STRATEGI PROMOSI DENGAN MEMANFAATKAN MEDIA SOSIAL TIKTOK DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN (Studi Kasus Pada TN Official Store). *Jurnal EMT KITA*, 6(1), 21–34. <https://doi.org/10.35870/emt.v6i1.483>
- Nuurhayati, Zainul, M., & Santi, A. (2016). *Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Omzet Penjualan Pada Toko Wafa Fashion Banjarmasin*. July, 1–23.
- Putri, E. E., & Dkk. (2021). Strategi Pemasaran Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Omzet Penjualan (Pada Cafe Rajo Corner Di Padang). *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Pemberdayaan, Inovasi Dan Perubahan*, 1(2), 8–13.
- Riyanto, S., Azis, M. N. L., & Putera, A. R. (2022). Pendampingan UMKM dalam Penggunaan Digital Marketing pada

-
- Komunitas UMKM di Kabupaten Madiun. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 137–142. <https://doi.org/10.31294/jabdimas.v5i1.11534>
- Sarinah, I., Sihabudin, A. A., & Suwarlan, E. (2019). Pemberdayaan Masyarakat Dalam Bidang Ekonomi Oleh Pemerintah Desa Pangandaran Kecamatan Pangandaran Kabupaten Pangandaran. *Jurnal MODERAT*, 5(3), 267–277.
- Sholicha, Nikmatus dan Oktafia, R. (2021). STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA PENINGKATAN OMSET PENJUALAN UMKM DESA SUMBER KEMBAR, KECAMATAN PACET, KABUPATEN MOJOKERTO. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2).
- Utomo, S. H., Qurrata, V. A., Purnamasari, V., & Seprillina, L. (2019). Peningkatan Omset Penjualan Melalui Media Sosial Pada Usaha Kecil Menengah Alas Kaki Berbahan Kulit. *Jurnal Karinov*, 2(1), 1–5. <http://journal2.um.ac.id/index.php/jki/article/view/8267/3932>
- Widiawati, C., & Kusumaningtyas, D. (2021). Pendampingan Usaha Rumahan Menjadi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). *Society: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2(1), 1–7. <https://doi.org/10.37802/society.v2i1.149>
- Zahra, I. P., Khoirunisa, Minarti, A., Silfiani, E., Yustia, H., & Alfarisi, U. (2021). Pendampingan Dan Pengembangan Inovasi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Toko Kuenak Di Ciputat Timur. *Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ*, 1–4.