

Implementasi Website Paguyuban Lentera Kasih Sebagai Sarana Pemasaran Produk Kreasi Penyandang Disabilitas

Reiny Ditta Myrtanti, Nelly Budiharti, Renny Septiari, Iftitah Ruwana
Institut Teknologi Nasional Malang

reinydmyrtanti@gmail.com

Abstrak. Paguyuban Lentera Kasih merupakan salah satu paguyuban yang menangani anak-anak berkebutuhan khusus atau penyandang disabilitas yang berada di wilayah Kecamatan Blimbing – Kota Malang. Kecamatan Blimbing adalah kecamatan pertama di Kota Malang yang memiliki paguyuban orang tua penyandang disabilitas seperti ini, dimana terdapat 187 penyandang disabilitas yang membutuhkan pendampingan dan konseling. Dari penyandang disabilitas tersebut, banyak diantara mereka yang mampu berkreasi dalam membuat produk kerajinan tangan dan barang seni lainnya (misalnya: lukisan, taplak meja, keset, dll). Permasalahan yang muncul adalah belum maksimalnya proses pemasaran dari produk atau kreasi penyandang disabilitas tersebut. Solusi yang ditawarkan adalah pembuatan perangkat lunak *website profile* Paguyuban Lentera Kasih yang telah disesuaikan dengan permintaan dan kebutuhan, kemudian dilakukan pelatihan serta pendampingan untuk pengoperasian dan pengelolaan *website profile* tersebut. Dalam *website* tersebut akan ditampilkan profil paguyuban, katalog dari produk kreasi penyandang disabilitas, talenta (bakat) yang dimiliki oleh penyandang disabilitas dan *contact person* dari pengurus paguyuban. Pembuatan *website profile* Paguyuban Lentera Kasih akan berfungsi sebagai media atau sarana pemasaran secara elektronik (*online*) yang telah menggunakan teknologi informasi untuk menampilkan katalog produk-produk kreasi dari penyandang disabilitas, sehingga masyarakat luas dapat melihat dan membeli produk-produk dalam katalog tersebut.

Kata Kunci: sarana pemasaran, *website*, produk kreasi, penyandang disabilitas

1. Pendahuluan

Menurut Undang-Undang Dasar 1945 (pasal 27 ayat 2), disebutkan “Setiap warga Negara berhak atas pekerjaan dan penghidupan yang layak bagi kemanusiaan”. Hal ini menunjukkan bahwa semua warga Negara Indonesia (termasuk penyandang disabilitas) mempunyai hak, kewajiban, kesempatan dan peran yang sama tanpa dibedakan, untuk meraih dan memperoleh pendidikan, berhak atas kehidupan yang layak, serta mempunyai kemampuan dalam menghasilkan dan menciptakan karya, usaha atau kreasi yang memiliki nilai jual untuk dipasarkan (Yatim, 2018).

Sesuai data saat ini, jumlah penyandang disabilitas di Indonesia dengan usia produktif (antara 16-55 tahun) adalah sebanyak 69% dari 5.1 juta orang (Andrianto et al., 2016). Namun sayangnya, masih banyak orang yang memandang sebelah mata pada penyandang disabilitas, padahal kenyataannya dengan keterbatasan fisik yang dimiliki bukanlah penghalang bagi mereka untuk mengembangkan potensi yang dimiliki (International Labour Organization, 2013, 2015).

Paguyuban Lentera Kasih merupakan salah satu paguyuban yang menangani anak-anak berkebutuhan khusus atau penyandang disabilitas yang berada di wilayah Kecamatan Blimbing – Kota Malang. Kecamatan Blimbing adalah kecamatan pertama di Kota Malang yang memiliki

paguyuban orang tua penyandang disabilitas seperti ini, dengan anggota sebanyak 187 orang, dimana anggota tersebut adalah para orang tua penyandang disabilitas atau berkebutuhan khusus. Dari keterbatasan yang dimiliki para anggotanya, ada sebagian dari anggota penyandang disabilitas tersebut yang mampu berkreasi dan menghasilkan karya seni berupa produk kerajinan seperti lukisan, taplak meja, tatakan gelas dari kain, dll. Namun, karena keterbatasan fasilitas atau sarana pemasaran (promosi), maka produk-produk tersebut tidak banyak dikenal masyarakat, sehingga mengalami hambatan dalam proses penjualannya dan pola pemasarannya hanya mengandalkan pola *mouth to mouth marketing* (pemasaran dari mulut ke mulut) atau hanya melalui bazar dan pameran.

Pemasaran sederhana yang masih dilakukan hingga saat ini menjadi dasar bagi Paguyuban Lentera Kasih untuk mencari solusi dengan membantu memasarkan produk-produk kreasi penyandang disabilitas yang menjadi anggota paguyuban, melalui strategi pemasaran yang menggunakan perangkat lunak berupa *website*. *Website* tersebut didesain dan disesuaikan dengan permintaan serta kebutuhan dari pengguna. *Website* merupakan salah satu media yang digunakan untuk mempengaruhi konsumen dalam membeli suatu produk (Tjiptono, Fandy dan Chandra, 2012). Pembuatan *website* Paguyuban Lentera Kasih akan berfungsi sebagai media atau sarana pemasaran secara elektronik (*online*) yang telah menggunakan teknologi informasi untuk menampilkan katalog produk-produk kreasi dari penyandang disabilitas, sehingga masyarakat luas dapat melihat dan membeli produk-produk dalam katalog tersebut. Tampilan desain *website* Paguyuban Lentera Kasih berisi profil paguyuban, katalog produk-produk kreasi penyandang disabilitas, talenta (bakat) yang dimiliki oleh penyandang disabilitas yang menjadi anggota paguyuban, dan *contact person* dari pengurus paguyuban. Selain penyediaan perangkat lunak *website*, tampilan visual yang menarik dan berkualitas sangat penting karena dapat memaparkan identitas produk yang nantinya dapat menarik minat masyarakat untuk melihat-lihat dan pada akhirnya membeli produk hasil karya tersebut, sehingga penjualan hasil produk kreasi mereka meningkat dan diharapkan kesejahteraan ekonomi merekapun dapat lebih terjamin (Abdullah, Thamrin, 2013).

2. Metode

Langkah-langkah dalam melaksanakan solusi untuk membantu paguyuban dalam memasarkan produk kreasi penyandang disabilitas yang menjadi anggota, yaitu dengan mendesain *website* paguyuban, melakukan pelatihan pada pengurus paguyuban dalam mengelola *website* tersebut, dan yang terakhir adalah melakukan evaluasi terhadap proses pemasaran melalui *website* dilihat dari respon pengunjung atau pembeli yang berminat terhadap produk yang ditampilkan dalam *website*. Adapun proses dalam mendesain *website* paguyuban, dilalui dengan beberapa tahapan proses, yaitu wawancara, analisis, pembuatan *website*, implementasi dan diakhiri dengan pengujian *website*. Untuk proses pelatihan diberikan pada pengurus paguyuban yang menjadi admin dalam mengelola *website* yang telah didesain. Proses akhir memiliki jangka waktu yang lebih lama dibandingkan proses pertama dan kedua, karena proses evaluasi dilakukan mulai dari pengunjung yang mengakses *website*, kemudian melakukan kontak langsung atau melalui nomer kontak yang tertera, dan melakukan pembelian produk kreasi dari penyandang disabilitas. Dari data evaluasi tersebut akan didapatkan informasi sejauhmana efektifnya penggunaan media atau sarana pemasaran dengan *website* dibandingkan dengan menggunakan pola lama.

3. Pembahasan

a. Desain *website* paguyuban

Proses yang dilakukan dalam kegiatan ini adalah:

1) Wawancara

Wawancara dilakukan pada narasumber utama (Pengurus Paguyuban Penyandang Disabilitas “Lentera Kasih”). Data yang ingin didapatkan dimasukkan dalam pertanyaan kemudian digunakan sebagai bahan untuk melakukan wawancara. Pertanyaan yang disusun adalah mengenai informasi berdirinya Paguyuban, teknik atau metode pemasaran produk kreasi yang sudah dilakukan Paguyuban, informasi peminat yang sudah membeli produk kreasi penyandang disabilitas.

2) Analisis

Proses analisis data dilakukan berdasarkan hasil wawancara pada Pengurus Paguyuban. Sistem yang sudah berjalan digunakan sebagai dasar untuk melakukan promosi melalui *website*.

3) Pembuatan *Website*

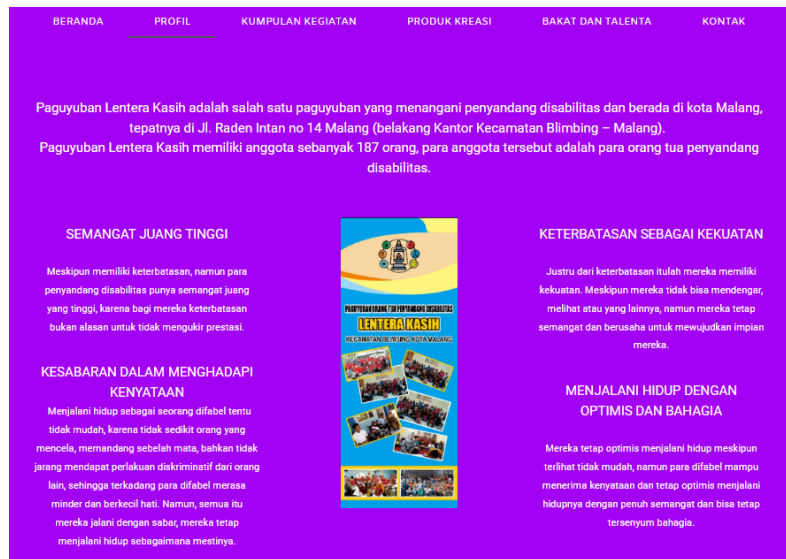
Pada proses ini dilakukan desain *website* Paguyuban Lentera Kasih berdasarkan analisis data pada tahap sebelumnya, yang disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan pengguna.

4) Implementasi

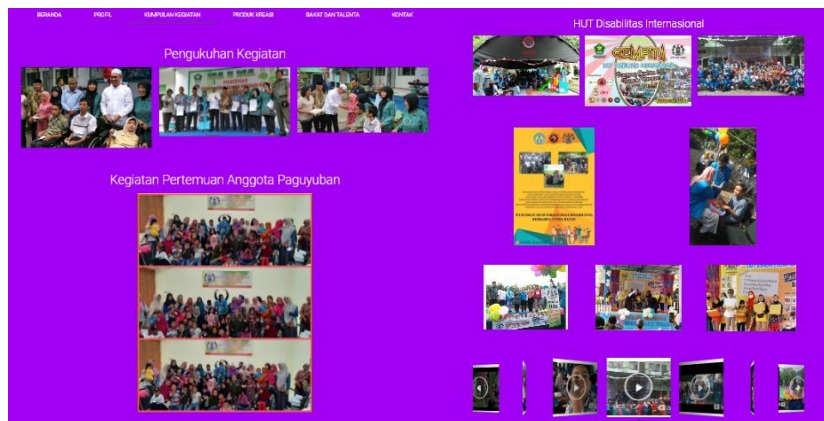
Pada proses implementasi sistem terbagi menjadi dua bagian, yaitu bagian pertama mengenai penyusunan *template website* yang disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan pengguna. Identitas Paguyuban ditampilkan dengan disertai produk-produk kreasi dari penyandang disabilitas serta ditampilkan juga gambar dan video bakat (talenta) yang dimiliki mereka. Bagian kedua yaitu implementasi dari *website* sebagai sarana pemasaran (promosi) yang dilakukan oleh Paguyuban. Luaran dari bagian ini adalah berupa *website* yang dapat diakses melalui internet pada laman *url* <http://lenterakasih.web.id/>. Halaman *website* berisi profil Paguyuban Penyandang Disabilitas “Lentera Kasih”, katalog produk-produk kreasi penyandang disabilitas, talenta (bakat) yang dimiliki oleh penyandang disabilitas yang menjadi anggota paguyuban, dan *contact person* dari pengurus paguyuban. Adapun tampilan *website* yang didesain sebagai berikut:



Gambar 1. Tampilan beranda dari *website*



Gambar 2. Tampilan profil paguyuban



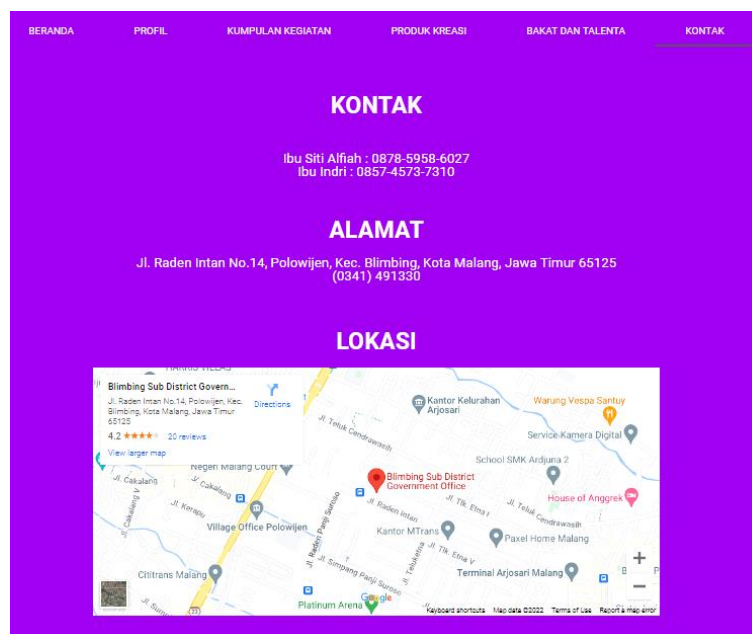
Gambar 3. Tampilan kegiatan paguyuban



Gambar 4. Tampilan produk kreasi penyandang disabilitas



Gambar 5. Tampilan bakat dan talenta yang dimiliki oleh penyandang disabilitas



Gambar 6. Tampilan google map dan contact person paguyuban

5) Pengujian Website

Proses akhir adalah pengujian *website*. Pada proses ini dilakukan pengujian fungsi *website* apakah sudah sesuai dengan yang diharapkan dengan menggunakan *web browser*. *Browser* yang digunakan dalam pengujian ini adalah *browser* yang banyak digunakan untuk membuka halaman *website* yaitu *Mozilla Firefox* dan *Google Chrome*.

b. Pelatihan

Pada tahap ini diberikan kursus singkat (pelatihan) pada pengurus paguyuban, agar dapat mengoperasikan konten *website* Paguyuban. Materi pelatihan diberikan pada salah satu pengurus paguyuban yang menjadi admin *website*, sehingga dapat mengelola konten *website* yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan. *Website* dapat diakses melalui *internet* pada laman url <http://lenterakasih.web.id/>. Proses pembelajaran menitikberatkan

tentang bagaimana cara untuk (1) mengubah teks profil paguyuban, ubah gambar profil paguyuban, termasuk mengubah informasi *contact person* Paguyuban, (2) menambahkan, mengubah, menghapus artikel, (3) menambahkan, mengubah, menghapus galeri, serta (4) menambahkan, mengubah, menghapus katalog produk.

c. Evaluasi Respon Pengunjung dan Pengguna *Website*

Proses evaluasi dilakukan setelah *website* di-hosting. Tujuan evaluasi ini adalah untuk mengetahui seberapa efektifnya penggunaan *website* sebagai media atau sarana pemasaran produk perubahan tampilan atau konten dalam *website*, sehingga dapat dikembangkan desain yang lebih menarik pengunjung untuk mengakses *website*.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil evaluasi dari implementasi penggunaan *website* sebagai media atau sarana pemasaran produk kreasi penyandang disabilitas yang menjadi anggota Paguyuban Lentera Kasih didapatkan hasil bahwa penggunaan *website* lebih efektif dibandingkan dengan pola lama yang hanya mengandalkan promosi melalui bazar atau pameran atau pola *mouth to mouth marketing* (pemasaran dari mulut ke mulut). *Website* Paguyuban Lentera Kasih didesain dan disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan pengguna (admin *website*), serta dapat dilakukan pengembangan untuk tampilan visualnya dengan menambahkan atau merubah konten semenarik mungkin, sehingga akan lebih banyak pengunjung yang tertarik untuk mengakses *website* tersebut.

Daftar Pustaka

- Abdullah, Thamrin, D. (2013). *Manajemen Pemasaran*. PT. Rajawali Pers.
- Andrianto, F., Hartanto, D. D., Sylvia, M., Visual, D. K., Seni, F., & Petra, U. K. (2016). Perancangan Promosi Tiara Handicraft UKM Kaum Difabel Abstrak Pendahuluan Metode Penelitian. *Perancangan Promosi Tiara Handicraft UKM Kaum Difabel*, 7.
- International Labour Organization. (2013). *Pedoman ILO Tentang Pengelolaan Penyandang Disabilitas Di Tempat Kerja*. www.ilo.org/publns
- International Labour Organization. (2015). *Inklusi Penyandang Disabilitas Muda : Kasus Bisnis*. International Labour Office.
- Tjiptono, Fandy dan Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik*. Penerbit ANDI.
- Yatim, R. T. (2018). *Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Pemberdayaan Penyandang Disabilitas Café Mella House of Donuts*. Universitas Islam Negeri Alauddin.