

Pemberdayaan Komunitas Tuli Gresik (Kotugres) Melalui Pelatihan Bisnis Digital

¹Supriyanto*

Manajemen Pendidikan, FIP
Unesa, Jalan Lidah Wetan,
Surabaya 60213, Indonesia
supriyantosupriyanto@unesa.ac.id

²Hafid Kholidi Hadi

Bisnis Digital,
FEB Unesa, Jalan Ketintang,
Surabaya 60231, Indonesia
hafidhadi@unesa.ac.id

³Acep Ovel Novari Beny

Pendidikan Luar Biasa, FIP
Unesa, Jalan Lidah Wetan,
Surabaya 60213, Indonesia
acepbeny@unesa.ac.id

⁴Hitta Alfi Muhimmah

Pendidikan Guru Sekolah
Dasar, FIP Unesa, Jalan Lidah
Wetan, Surabaya 60213,
Indonesia
hittamuhimmah@unesa.ac.id

⁵Wiryanto

Pendidikan Guru Sekolah
Dasar, FIP Unesa, Jalan Lidah
Wetan, Surabaya 60213,
Indonesia
wiryanto@unesa.ac.id

Abstract

The Gresik Deaf Community (Kotugres) is a community of young and productive deaf people who need to receive digital business training to support their economic independence. This training can also be used as a strategy to empower Kotugres from unfavorable conditions such as negative stigma from society, discrimination, neglect and economic and social marginalization. Kotugres' products need to be marketed digitally after manual/offline business processes have stagnated due to changes in people's mindsets which are starting to abandon offline shopping habits and tend to increase interest in online shopping, especially the Covid-19 pandemic situation which has not yet 100% subsided to create a digital business platform increasingly needed and popular with society. The PKM implementation went well, smoothly, participants were enthusiastic in taking part in the activities and were guided in using the market place. The next stage is preparing PKM outputs in the form of scientific publications in national journals or proceedings, publications in online mass media, and videos of activities uploaded on YouTube.

Keywords: digital business, digital business training, economic independence, deaf disability, deaf community

Abstrak

Komunitas Tuli Gresik (Kotugres) merupakan komunitas masyarakat tuli dengan usia muda dan produktif yang perlu mendapatkan pelatihan bisnis digital untuk mendukung kemandirian ekonominya. Pelatihan ini juga dapat digunakan sebagai salah satu strategi untuk memberdayakan Kotugres dari kondisi yang tidak menguntungkan seperti stigma negatif dari masyarakat, diskriminasi, pengabaian hingga termarginalisasi secara ekonomi dan sosial. Produk karya Kotugres perlu dipasarkan secara digital setelah proses bisnis secara manual/offline mengalami stagnasi karena perubahan *mindset* masyarakat yang mulai meninggalkan kebiasaan belanja secara offline dan cenderung meningkatnya animo belanja secara online, terlebih situasi pandemi Covid-19 yang belum 100% reda membuat platform bisnis digital semakin dibutuhkan dan digemari masyarakat. Pelaksanaan PKM berlangsung dengan baik, lancar, peserta antusias dalam mengikuti kegiatan dan dibimbing dalam menggunakan market place. Tahapan berikutnya yaitu Menyusun luaran PKM berupa publikasi ilmiah di jurnal atau prosiding nasional, publikasi di media massa online, dan video kegiatan yang diunggah di YouTube. **Kata Kunci:** bisnis digital, pelatihan bisnis digital, kemandirian ekonomi, disabilitas tuli, komunitas tuli

PENDAHULUAN

Pembangunan ekonomi masyarakat yang adil merupakan kunci menciptakan kesejahteraan sosial dan kemakmuran bagi masyarakat Indonesia (Nasution, 2017). Sasaran pembangunan ekonomi adalah masyarakat Indonesia tanpa pengecualian, baik masyarakat normal maupun disabilitas yang selama ini masih banyak tertinggal, belum mandiri dan berdaya. Masyarakat disabilitas tergabung dalam beberapa komunitas sesuai dengan jenis ketunaannya, sehingga upaya pemberdayaannya harus menyesuaikan karakteristik masing-masing komunitas. Salah satu komunitas disabilitas yang ada di Kabupaten Gresik yaitu Komunitas Tuli Gresik (Kotugres). Kotugres merupakan kelompok masyarakat disabilitas di Kabupaten Gresik yang sudah memiliki struktur kepengurusan. Komunitas ini perlu untuk diberikan pelatihan untuk mendukung kemandirian ekonominya. Pelatihan ini juga dapat digunakan sebagai salah

satu strategi untuk memberdayakan Kotugres dari kondisi yang tidak menguntungkan seperti stigma negatif dari masyarakat, diskriminasi, pengabaian hingga termarginalisasi secara ekonomi dan sosial.

Berdasarkan studi pendahuluan diketahui bahwa Komunitas Tuli Gresik (Kotugres) telah mendapatkan beberapa pelatihan kewirausahaan, misalnya pelatihan membuat desain baju oleh rumah mode Esmod Jakarta, pelatihan membuat sablon oleh PT Pertagas, pelatihan membuat kerajinan tas ramah lingkungan dari PT Garuda Food, dan pelatihan pameran dan pemasaran dengan gallery oleh Dompot Dhuafa. Untuk fasilitas diberikan oleh PT Pertamina berupa peralatan menjahit dan sablon lengkap (Fajriyah Usman, 2020). Berbagai kegiatan ini terselenggara atas kerjasama UPT Resources Centre (UPT RC) Kabupaten Gresik dengan berbagai mitra. Dari berbagai kegiatan tersebut diketahui bahwa sebenarnya Kotugres telah mendapatkan berbagai kompetensi untuk membuat produk barang maupun jasa. Oleh karena itu untuk meningkatkan kemandirian ekonomi, berbagai produk tersebut perlu dipasarkan, baik secara *offline* maupun *online* dalam *platform* bisnis digital (Tayibnapis et al., 2019; Prastyaningtyas & Arifin, 2019). Namun demikian, pelatihan yang selama ini diberikan masih sebatas pelatihan bisnis/pemasaran secara *offline* dalam bentuk gallery. Hal ini tentu kurang optimal karena sekarang sudah masuk era bisnis digital, terlebih dalam masa pandemi covid-19 yang masih memberlakukan pembatasan fisik sehingga *platform* bisnis secara digital sangat diperlukan (Fakhriyyah & Wulandari, 2021).

Hal tersebut didukung pemuda/i yang yang tergabung dalam Kotugres sudah sangat familier dengan dunia teknologi. Mereka mampu mengoperasikan komputer, berselancar di *website*, hingga memiliki berbagai media sosial. Namun, selama ini masih dimanfaatkan hanya untuk hiburan, belum terpikirkan untuk kepentingan bisnis dari berbagai produk karya mereka sehingga pelatihan bisnis digital ini sangat bermanfaat. Dengan demikian, penting untuk memberikan pelatihan bisnis digital bagi Komunitas Tuli Gresik sebagai salah satu inovasi untuk memberikan nilai tambah dan nilai ekonomis terhadap karya mereka. Harapannya terbangun kemandirian ekonomi pada Kotugres khususnya pada masa pandemi Covid-19 hingga seterusnya. Kegiatan PKM ini akan dilakukan dengan Mitra UPT RC sebagai lembaga yang menginisiasi pembentukan kotugres dan merupakan pembina terhadap Kotugres.

Mitra dalam kegiatan PKM ini adalah UPT RC Gresik. Berdasarkan hasil studi pendahuluan diketahui bahwa permasalahan umum yang dialami UPT RC selaku mitra adalah tidak adanya personel yang memiliki pengetahuan dan kompetensi tentang bisnis digital yang diperlukan untuk memasarkan dan diversifikasi berbagai produk karya Kotugres. Padahal kemampuan tersebut sangat dibutuhkan mengingat saat ini terjadi stagnasi dalam upaya membisniskan produk-produk karya Kotugres. Kotugres berhenti memproduksi berbagai produk karena kesulitan memasarkan apalagi pada masa Pandemi Covid-19. Dari aspek ekonomi kondisi ini sangat membahayakan sebab meningkatkan jumlah anggota Kotugres yang menjadi pengangguran (*jobless*) dan berpotensi menimbulkan masalah sosial ekonomi. Berdasarkan uraian permasalahan tersebut, tim PKM bersama mitra telah menentukan skala prioritas dalam pelaksanaan PKM yaitu memberikan pelatihan bisnil digital. Produk karya Kotugres perlu dipasarkan secara digital setelah proses bisnis secara manual/*offline* mengalami stagnasi karena perubahan *mindset* masyarakat yang mulai meninggalkan kebiasaan belanja secara *offline* dan cenderung meningkatnya animo belanja secara *online*, terlebih situasi pandemi Covid-19 yang belum reda membuat *platform* bisnis digital semakin dibutuhkan dan digemari masyarakat.

METODE

Pelaksanaan program “Pemberdayaan Komunitas Tuli Gresik (Kotugres) Melalui Pelatihan Bisnis Digital” dilakukan melalui beberapa tahapan. Tahapan tersebut digambarkan dalam bagan dibawah ini:



Gambar 1. Tahapan kegiatan PKM

- a. Tahap *need assesment*
Pada tahap ini tim melakukan survai sebagai bahan untuk melakukan analisis kebutuhan. Pada tahap ini diperoleh informasi tentang permasalahan yang dihadapi mitra yang dapat digunakan sebagai bahan dalam merencanakan kegiatan PKM. Hasil *need assesment* disampaikan kepada mitra untuk mendapat *review*.
- b. Tahap perencanaan program
Pada tahap tim PKM membuat berbagai rencana kegiatan berdasarkan hasil *need assesment*. Hasilnya dituangkan dalam bentuk proposal kegiatan PKM.
- c. Tahap pelaksanaan program
Tahap ketiga adalah tahap pelaksanaan, dalam tahap ini dilakukan kegiatan Pelatihan bisnis digital untuk membangun kemandirian ekonomi pada Komunitas Tuli Gresik. Kegiatan dilakukan secara berkelanjutan dengan pendampingan setelah pelatihan. Adapun kurikulum pelatihan sebagai berikut:

Tabel 3.1 Materi Pelatihan Bisnis Digital

No	Materi	Narasumber	Jam
1	Pengantar Bisnis Digital	Supriyanto, S.Pd., M.Pd	6 JP
2	Kewirausahaan Digital	Acep Ovel Novari B, M.Pd.	6 JP
3	Mentoring Bisnis Digital	Acep Ovel Novari B, M.Pd	6 JP
4	<i>E-Commerce</i>	Hafid Kholidi Hadi, S.E., M.SM	6 JP
5	Pemrograman aplikasi mobile	Hafid Kholidi Hadi, S.E., M.SM	6 JP
6	Simulasi bisnis digital	Supriyanto, S.Pd., M.Pd	6 JP
7	Pemasaran Digital	Dr. Hitta Alfi Muhimmah, M.Pd.	6 JP

- d. Tahap evaluasi program
Tahapan paling akhir adalah tahap evaluasi. Program kegiatan yang telah dilaksanakan dievaluasi, mulai dari kegiatan perencanaan hingga pada kegiatan pendampingan penyusunan proposal. Hal-hal yang dianggap kurang efektif dalam pelaksanaan dianalisis, dicatat, dan dijadikan dasar dalam melaksanakan program yang serupa di masa yang akan datang. Selain itu, tim pengabdian kepada masyarakat juga menyusun laporan kegiatan akhir sebagai bentuk pertanggungjawaban tim terhadap Universitas Negeri Surabaya dalam melaksanakan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat.

Kegiatan ini dilakukan dengan metode tatap muka secara langsung, dimana pelatihan dilakukan di kantor UPT *Resources Centre* Gresik. Pemateri dan peserta bertemu secara langsung dengan tetap mematuhi protokol kesehatan sesuai dengan ketentuan pada kegiatan tatap muka langsung yang diadakan pada masa pandemi Covid-19 yang belum sepenuhnya tuntas. Metode luring atau tatap muka langsung ditempuh mengingat kegiatan pelatihan bisnis digital merupakan kegiatan yang melibatkan pembelajaran teori dan praktik sehingga efektivitas pembelajaran dapat tercapai melalui pembelajaran luring atau tatap muka langsung (Hikmat et al., 2020).

Partisipasi masyarakat pada kegiatan ini adalah mitra kerjasama kegiatan PKM yaitu UPT RC Gresik. UPT RC Gresik menyediakan sarana dan prasarana berupa kantor, layanan WIFI dengan akses cepat, dan sarana prasarana lainnya untuk mendukung kegiatan PKM. Selain itu, lembaga ini juga menjadi komunikator dan mediator dengan komunitas tuli Gresik (Kotugres). Hal tersebut ditunjukkan dengan kesediaan mitra untuk menjalin kerjasama dengan Tim PKM UNESA. Kegiatan evaluasi program dilakukan dengan menghimpun *feedback* dari peserta kegiatan pelatihan bisnis digital. *Feedback* diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kepada peserta di akhir kegiatan. Selain itu kegiatan evaluasi dilakukan setelah program berlangsung dengan memberikan *follow up* sebagai keberlanjutan program. Keberhasilan program dapat dilihat dari keterlibatan peserta dalam program, terbentuknya pengetahuan dan keterampilan baru dalam bisnis digital, serta peningkatan omzet bisnis masyarakat anggota Kotugres.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan Kegiatan PKM Bisnis Digital untuk Komunitas Tuli Gresik telah dilaksanakan dengan baik. Kegiatan dimulai dengan koordinasi dengan mitra yakni UPT RC Gresik untuk penentuan tanggal pelatihan. Setelah diperoleh tanggal yang sesuai, selanjutnya tim PKM melakukan koordinasi dengan Koordinator Kotugres untuk pelaksanaan pelatihan. Bemodalkan tanggal pasti untuk pelaksanaan PKM, tim PKM melakukan koordinasi dan penyusunan materi materi yang akan dibawakan dalam pelaksanaan PKM. Materi yang telah di susun dikonfirmasi ulang kepada mitra yaitu UPT RC untuk direview. Pelaksanaan PKM dilaksanakan bersama Tim PKM UNESA dengan didampingi oleh mitra yaitu ketua UPT RC.

Kegiatan Pelatihan berjalan lancar dan sukses. Peserta antusias mengikuti seluruh rangkaian kegiatan pelatihan. Dalam pelatihan peserta juga diajarkan simulasi menggunakan *marketplace* yang secara umum sering dijumpai dalam keseharian seperti (shopee, tokopedia, bukalapak, dll) untuk *mendisplay* produk mereka. Hal ini diharapkan mampu mendongkrak perekonomian seiring berkembangnya era persaingan bebas, seperti WTO, AFTA, APEC, dan AEC, dan agar selalu siap menghadapi krisis ekonomi global serta fakta menunjukkan bahwa pemanfaatan digital marketing untuk pemasaran produk dan jasa terbukti mampu meningkatkan penghasilan UMKM hingga sampai 26% (Abdurrahman et al., 2020). Berikut ini dapat dilihat bukti dokumentasi pelaksanaan kegiatan PKM Pelatihan Bisnis Digital untuk Komunitas Tuli di Gresik pada gambar 2.



Gambar 2. Pelaksaan PKM di Gresik dengan Komunitas Tuli

Dalam pelaksanaan PKM Pemberdayaan Komunitas Tuli di Gresik yang bermitra dengan ketua UPT RC, telah menghasilkan produk berupa baju karya dari Kotugres, berikut salah satunya produk yang dihasilkan dapat dilihat pada gambar 3.

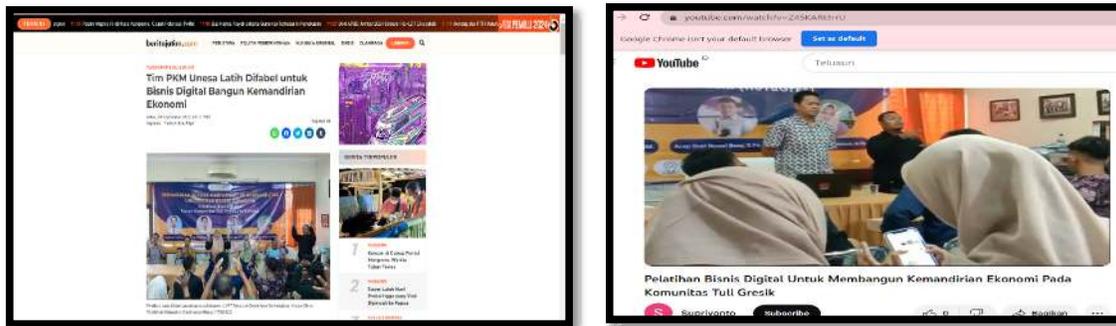


Gambar 3. Produk baju karya Kotugres

Berdasarkan solusi dan target luaran yang telah dituliskan pada bab 2, maka pelaksanaan kegiatan PKM Pelatihan Bisnis Digital untuk Komunitas Tuli Gresik yang bermitra dengan ketua UPT RC, publikasi ilmiah. Selain itu ada pula publikasi di media massa beritajatim.com yang telah dipublish

tertanggal 20 September 2023 pada pukul 04:27 WIB. Untuk lebih lengkapnya dapat dilihat pada link berikut ini: <https://beritajatim.com/pendidikan-kesehatan/tim-pkm-unesa-latih-difabel-untuk-bisnis-digital-bangun-kemandirian-ekonomi/>. Masih berkaitan dengan luaran PKM Pelatihan Bisnis Digital untuk Komunitas Tuli Gresik, bukti dokumentasi pelaksanaan kegiatan PKM juga diunggah pada laman YouTube yang berjudul Pelatihan Bisnis Digital untuk Komunitas Tuli di Gresik, lebih lengkapnya dapat disimak pada link YouTube berikut ini: <https://youtu.be/hjRt6JYBXm8>. Dari keseluruhan kegiatan PKM Pelatihan Bisnis Digital untuk Komunitas Tuli Gresik, telah banyak memberikan dampak positif serta peningkatan omzet pada mitra yang bergerak dalam bidang ekonomi melalui penjualan secara online menggunakan *platform marketplace* seperti (shopee, tokopedia, bukalapak, dll) untuk *mendisplay* produk yang telah dihasilkan.

Dampak positif berikutnya dapat dirasakan oleh Komunitas Tuli Gresik adalah meningkatnya pemahaman dan keterampilan mereka setelah mengikuti pelatihan bisnis digital yang diselenggarakan oleh Tim PKM Unesa. Hal ini sesuai dengan gagasan menurut (Junaedi et al., 2021) memiliki pengetahuan, keterampilan tentang (1). Adanya potensi wisata dengan tersedianya informasi center, (2). Ada integrasi seluruh komponen potensi desa dalam satu program desa wisata, (3). Ada media promosi (Website) sebagai bahan digital marketing, dan (4). Memiliki pengetahuan pemasaran digital sebagai bahan promosi. Adapun bukti dokumentasi luaran PKM yang telah diunggah di media massa dan YouTube sebagai berikut:



Gambar 4. Luaran PKM di Media Massa

PENUTUP

Pada studi ini menyoroti pentingnya pemberdayaan Komunitas Tuli Gresik (Kotugres) bisnis digital bagi dalam upaya meningkatkan kemandirian ekonomi. Melalui kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM), pelatihan ini berhasil dilaksanakan dengan sukses dan memberikan dampak positif yang signifikan, jika dihitung dari kuesioner yang disebar pada responden mitra maka keefektifan kegiatan ini adalah 95% memuaskan dan tercapai tujuannya, termasuk peningkatan omzet dan pemahaman dalam bisnis digital bagi Komunitas Tuli di Kabupaten Gresik yang dijadikan mitra dalam PKM ini. Kedepannya Untuk kegiatan serupa di masa depan, disarankan untuk terus memperluas jangkauan publikasi ilmiah dan dokumentasi kegiatan, serta mempertimbangkan penerapan strategi pemasaran digital yang lebih luas. Selain itu, penting untuk memperkuat kerjasama dengan mitra dan memastikan adanya evaluasi yang komprehensif terhadap dampak jangka panjang dari pelatihan ini terhadap kemandirian ekonomi Komunitas Tuli Gresik.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Abdurrahman, G., Oktavianto, H., Habibie, E. Y., & Hadiyatullah, A. W. (2020). Pelatihan Digital Marketing Pada UMKM Sebagai Penunjang Kegiatan Promosi Dan Pemasaran. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Manage*, 1(2), 88–92. <https://doi.org/10.32528/jpmm.v1i2.3981>
- [2] Fajriyah Usman. (2020). Kotugres lahirkan karya fashion yang memukau. *Pertamina News*, 10.
- [3] Fakhriyyah, D. D., & Wulandari, Y. (2021). Sosialisasi digital marketing dan inovasi produk pada ukm gula merah guna mempertahankan ekonomi di masa pandemi covid-19. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 1(4), 311–317.

- [4] Hikmat, H., Hermawan, E., Aldim, A., & Irwandi, I. (2020). Efektivitas pembelajaran daring selama masa pandemi Covid-19: Sebuah survey online. *LP2M*.
- [5] Junaedi, I. W. R., Bagus Rai Utama, I. G., & Waruwu, D. (2021). Pkm Penggunaan Digital Marketing Dalam Pembangunan Desa Catur Kintamani Mengwi. *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat Dan Corporate Social Responsibility (PKM-CSR)*, 4, 217–227. <https://doi.org/10.37695/pkmcsr.v4i0.1243>
- [6] Nasution, D. (2017). Sistem perekonomian untuk mewujudkan kesejahteraan sosial sesuai undang-undang dasar negara Republik Indonesia Tahun 1945. *Kebijakan Pemerataan Ekonomi Untuk Mencapai Pertumbuhan Ekonomi Nasional Yang Berazaskan Demokrasi Dan Berbasis Ekonomi Pasar Yang Adil*.
- [7] Prastyaningtyas, E. W., & Arifin, Z. (2019). Pentingnya pendidikan kewirausahaan pada mahasiswa dengan memanfaatkan teknologi digital sebagai upaya menghadapi revolusi 4.0. *Proceedings of the ICECRS*, 2(1), 281–285.
- [8] Tayibnapis, A. Z., Wuryaningsih, L. E., & Gora, R. (2019). *Pentingnya inovasi dan kreatifitas era teknologi digital*.