

PENGEMBANGAN *INTEGRATED DIGITAL MARKETING* BERBASIS KATALOG BAGI UMKM DISABILITAS DI KOTA DENPASAR

**Gede Pradiva Adiningrat¹⁾, Rifqi Nur Fakhrurozi²⁾, Nyoman Indah Kusuma
Dewi³⁾, Ida Ayu Putri Widiasuari Riyasa⁴⁾, I Nyoman Abdi⁵⁾**

^{1,2,3,4}Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Bali

⁵Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Bali

E-mail: gedepadiva@pnb.ac.id

Abstract

This research aims to develop an integrated digital marketing model based on a catalog for disabled SMEs in Denpasar City. The method used in this research is the ADDIE development technique, which consists of analysis, design, development, implementation, and evaluation by conducting a survey using incidental sampling techniques. The sample consisted of 20 disabled SMEs that met the criteria. The results show that, to date, disabled SMEs have relied on direct visualization from several marketing activities they perform, especially from their sales activities. On the other hand, some of them need assistance in developing forms of product or service promotion that reach a wider market. This research indicates that an integrated digital marketing model based on a catalog is considered effective in increasing the competitiveness of disabled SMEs in Denpasar City. The average score results show that all experts gave excellent ratings, with material experts scoring 4.46 and media experts scoring an average of 4.37. On the evaluation side, disabled SMEs gave a total score of 4.50, which falls into the excellent category. Thus, SMEs can manage product and service data to better align with and attract customer desires.

Keywords: *Integrated Digital Marketing, SMEs, Disabled, Competitiveness, Denpasar City*

PENDAHULUAN

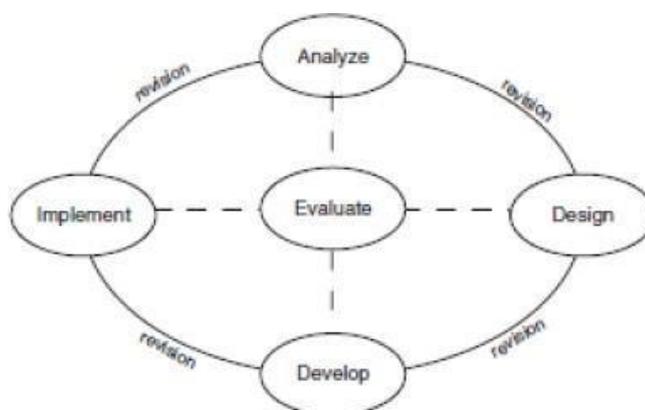
Perkembangan kehidupan yang semakin cepat dan juga pesatnya era industri 5.0 di bidang digital yang berkembang sangat luas dapat mempengaruhi secara tidak langsung sektor sektor kehidupan masyarakat salah satunya dalam bidang ekonomi. Pesatnya perekonomian dengan diselingi perkembangan teknologi di sela masyarakat mengubah beberapa sektor kehidupan seperti gaya hidup, budaya, dan juga cara pandang masyarakat untuk menjalankan kegiatan mereka sehari hari. Salah satu sektor perekonomian yang saat ini terdampak akan pesatnya perkembangan teknologi adalah usaha mikro kecil menengah atau yang lebih dikenal dengan UMKM. Perkembangan UMKM dengan adanya pengaruh teknologi merubah gaya hidup baik ketika dalam beraktifitas dan bersosialisasi pada proses transaksi bisnis. Adanya peran teknologi di era digital ini juga dapat memudahkan bagi para pelaku UMKM untuk dapat mengembangkan produk – produk usahanya dari peluang yang dimilikinya secara kreatif agar dapat memuaskan pelanggan

yang dimilikinya (Gartner, 2020). Para UMKM tentunya membutuhkan sebuah proses guna dalam mendukung pengembangan usaha melalui strategi - strategi baru dalam menyebar luaskan produk usahanya agar dapat menarik dan juga menyenangkan melalui pemanfaatan teknologi yang menyesuaikan dengan perkembangan jaman yakni dengan sistem pemasaran digital. Sebagai upaya untuk dapat meningkatkan strategi pemasaran digital agar dapat bersaing pada era digital, adapun risiko yang dialami pelaku usaha UMKM lainnya yang memiliki dampak tertinggal salah satunya adalah UMKM para penyandang disabilitas. Data yang diperoleh dari Dinas Pemberdayaan Desa, Kependudukan dan Catatan Sipil Provinsi Bali (Yasa, 2023) jumlah penyandang disabilitas di Provinsi Bali mencapai 12.086 orang. Sedangkan di Kota Denpasar sendiri, data terakhir yang didapat pada tahun 2022 di Dinas Sosial Kota Denpasar pada (Harthamia, 2024) tercatat sejumlah 1770 orang, meningkat dari perolehan data jumlah sebelumnya yang mencapai 1.301 orang. Dari data jumlah penyandang disabilitas yang tertera tersebut, beberapa diantaranya memiliki usaha baik produk maupun jasa yang dikelola sendiri maupun berkelompok oleh pelaku usaha tersebut. Di sisi lain Kota Denpasar yang pernah dinobatkan kawasan kota yang ramah terhadap penyandang disabilitas atau yang lebih dikenal dengan sebutan kota inklusi oleh *United Nations Educational, Scientific, and cultural Organization* (UNESCO) yang memfokuskan pada peningkatan kesadaran bagi masyarakat kepada para penyandang disabilitas serta memiliki Peraturan Daerah Kota Denpasar Nomor 11 Tahun 2022 terkait perlindungan dan pemenuhan hak penyandang disabilitas, hal ini rasanya sangat layak bila mereka diperhatikan. Pada saat ini, para UMKM penyandang disabilitas minim ide dan memiliki beberapa kendala dalam mempromosikan produknya secara digital. Proses pemasaran yang dilakukan saat ini masih bersifat konvensional disaat adanya tuntutan bagi mereka untuk memiliki kemampuan seimbang dengan perkembangan jaman yang sangat cepat terutama dalam menggunakan *digital platform*. Minimnya rasa percaya diri, rasa ingin bersaing di era digital, serta kurangnya pahamiannya alat pemasaran digital yang bisa dimanfaatkan mereka menjadi salah satu hambatan mereka dalam mengembangkan proses pemasaran. Maka dari pada itu, peneliti mengembangkan model pemasaran digital terintegrasi berbasis katalog. Sehingga dengan pengembangan ini, para UMKM penyandang disabilitas dapat mengelola data produk

atau jasa dalam bentuk digital yang dapat menyesuaikan produk atau jasa mereka menjadi lebih menarik dan menyenangkan yang sesuai dengan keinginan pelanggan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah merancang model dengan mengikuti pengembangan ADDIE, yang tahapannya adalah Analisis, Desain, Pengembangan, Implementasi, serta Evaluasi. Secara garis besar tahapannya adalah sebagai berikut:



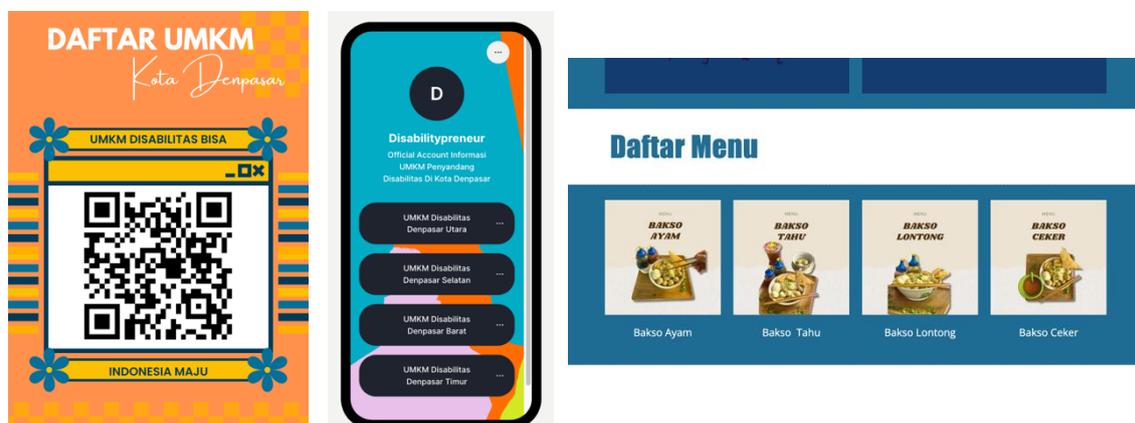
Gambar 1. Proses Perancangan Model ADDIE

Selama tahap analisis, peneliti melakukan penelitian pada kegiatan UMKM penyandang disabilitas seluruh kecamatan yang ada di Kota Denpasar. Pengamatan dilakukan menggunakan teknik sampling insidental karena kurangnya data spesifik terkait jumlah pasti UMKM penyandang disabilitas. Proses wawancara juga dilakukan peneliti kepada para pengamat disabilitas. Pada tahap analisis mencakup antara lain analisis kebutuhan, materi, serta karakteristik UMKM. Pada tahap desain, peneliti mengikuti tahap analisis dengan melibatkan pembuatan alat untuk dapat menilai kelayakan model yang dikembangkan. Adapun beberapa elemen pada tahap desain ini antara lain kode *QR Code*, akses pada informasi produk/jasa, serta katalog yang berbasis website. Pada tahap Pengembangan, peneliti melakukan berbagai langkah untuk mengembangkan E-Katalog, yang disusun sebagai berikut: desain, sampul, list daftar UMKM serta katalog Produk UMKM berbasis website lalu dievaluasi oleh para ahli materi dan media menggunakan kuesioner *daring*. Setelah dievaluasi, lanjut pada tahap implementasi yang melibatkan perbaikan dari masukan masukan UMKM. Model ini

kemudian diuji menggunakan kuesioner secara *daring* pada 20 individu penyandang disabilitas yang terlibat dalam sektor UMKM yang terdiri atas kelayakan pada konten, bahasa, kegunaan model, serta grafis. Hasil dari pengujian yang dilakukan ini memberikan dasar dalam penyempurnaan model ini. Pada tahap terakhir yakni dilakukan pengumpulan umpan balik yang didapat oleh para ahli serta UMKM untuk dapat dilakukan perbaikan - perbaikan yang diperlukan. Tanggapan dari kuesioner *daring* yang ditujukan kepada para ahli dan UMKM diproses langsung menggunakan *google form* dalam format *table spreadsheet*. *Spreadsheet* tersebut lalu diunduh dan dianalisis lebih lanjut untuk dihitung rata-ratanya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada tahap observasi peneliti pada tahap analisis baik pada kebutuhan, materi, dan karakteristik dilakukan dengan proses wawancara, baik secara individu maupun kelompok. Para pengamat disabilitas dan UMKM diwawancarai terkait bagaimana meningkatkan daya saing para UMKM di pasaran. Hasilnya, hingga saat ini UMKM yang dijalankan oleh penyandang disabilitas telah mengandalkan visualisasi langsung dari referensi pemasaran dari berbagai kegiatan mereka, terutama dari kegiatan penjualan mereka. Selain itu, beberapa dari mereka memerlukan bantuan dalam mengembangkan promosi produk atau layanan untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Meskipun referensi tertentu dimasukkan ke dalam pengembangan proses pemasaran, sebagian besar masih bertujuan untuk menyesuaikan dengan sumber yang sudah ada apalagi dalam mengadopsi pemasaran digital yang membatasi daya saing mereka. Pada akhirnya pada proses desain, sebuah model pemasaran digital dibentuk dalam bentuk model terintegrasi untuk dapat meningkatkan daya saing UMKM dengan disabilitas di Kota Denpasar. Selama pengembangan awal model ini, rancangan versi awal peneliti menggunakan *platform Linktree* yang mana menampilkan list UMKM disabilitas yang berlokasi di areal Kota Denpasar. Selanjutnya latar belakang dan sampul list UMKM setelah akses link dan juga desain website dibuat menggunakan aplikasi digital *Canva*, serta bagian *website* digunakan dengan menggunakan *site google*. Pada bagian evaluasi dibuat dengan menggunakan *Google Forms*, serta *barcode* dibuat dengan menggunakan aplikasi *QR Code Generator*.



Gambar 2. Model Pengembangan *Integrated Digital Marketing Model*

Selanjutnya model terintegrasi yang dikembangkan ini dinilai oleh parah ahli. Lembar penilaian dikembangkan sebelumnya oleh peneliti lalu digunakan oleh para ahli yakni media dan materi untuk dapat melaksanakan proses validasi terhadap model yang dikembangkan. Berikut adalah hasil validasi oleh validator ahli materi:

Tabel 1
Hasil Validasi Dari Ahli Materi

No.	Asepk Penilaian	Rata – Rata Skor	Kategori
1	Isi	4,34	Sangat Baik
2	Bahasa	4,50	
3	Penyajian	4,56	
Rata Rata Keseluruhan		4,46	

Dari hasil table diatas yang memfokuskan pada tiga area utama yakni isi, bahasa serta penyajian maka ditemukan bahwa hasil berada pada kategori sangat baik dengan perolehan skor rata-rata sebesar 4,46 dari 5,00. Proses selanjutnya, proses validasi dari ahli media memperoleh hasil sebagai berikut.

Tabel 2
Hasil Validasi Dari Ahli Media

No.	Aspect of Assesment	Rata – Rata Skor Penilaian	Kategori
1	Desain Layar	4,43	Sangat Baik
2	Kemudahan Penggunaan	4,57	
3	Kosistensi	3,67	
4	Kemanfaatan	4,50	
5	Kegrafikan	4,71	
Rata- Rata Keseluruhan		4,37	

Hasil dari validator media menunjukkan skor rata-rata akhir 4,37 dari 5,00 dan masuk dalam kategori sangat baik. Secara keseluruhan, model pemasaran digital terintegrasi ini dianggap sesuai untuk proses materi pada tahap implementasi

Selama implementasi produk ini, peneliti melakukan pengenalan langsung model pemasaran digital terintegrasi ini kepada para UMKM penyandang disabilitas mulai dari produk *Qr Code* hingga *website*. Dari implementasi tersebut, dapat diketahui evaluasi berdasarkan model pemasaran digital bagi para UMKM antara lain sebagai berikut:

Tabel 3
Hasil Validasi Dari UMKM Penyandang Disabilitas

No.	Aspek Penilaian	Rata – Rata Skor Penilaian	Kategori
1	Kelayakan	4,48	Sangat Baik
2	Kebahasan	4,49	
3	Kemanfaatan	4,55	
4	Kegrafikan	4,48	
Skor Penilaian		4,5	

Hasil dari evaluasi respons aktor UMKM disabilitas menghasilkan skor rata-rata 4,5 dari 5,00, yang menunjukkan bahwa produk ini dikategorikan sangat baik. Berdasarkan penilaian ini, model pemasaran digital terintegrasi ini dianggap cocok digunakan sebagai bahasan pemasaran selama implementasi lapangan. Pada pengembangan ini juga peneliti mendapatkan umpan balik dari para ahli dan juga UMKM itu sendiri yang pada ujungnya mengarah pada perbaikan.

Evaluasi dari para ahli baik pada konten serta media menghasilkan kategori sangat baik, dengan perbaikan – perbaikan produk yang diberikan masukan sesuai saran dan

umpan balik yang diberikan oleh para ahli. Hasil uji kelayakan dari para UMKM Penyandang Disabilitas menunjukkan bahwa model ini dianggap sesuai bagi aktivitas penjualan serta bisnis mereka (Prasetyo, 2020). Di sisi lain, para peneliti mengamati bahwa para UMKM penyandang disabilitas yang ada di Kota Denpasar menggunakan model pemasaran digital terintegrasi ini secara efektif serta sesuai dengan harapan. Terdapat keinginan yang jelas bagi para UMKM untuk berupaya menjadi lebih kompetitif, kreatif, serta dapat beradaptasi dengan tren modern saat ini. Hal ini dapat dibuktikan dengan meningkatnya kemandirian mereka untuk dapat mengembangkan strategi pemasaran baru melalui alat digital (Saputra, 2020). Kehadiran model pemasaran digital terintegrasi juga dapat membantu dalam pendekatan produk dan layanan lebih terukur dan terfokus, memungkinkan mereka untuk dapat memperluas aktivitas – aktivitas penjualan mereka serta dapat mengembangkan bisnis agar dapat mempertahankan pelanggan dan juga meningkatkan keuntungan.

Hasil yang ditunjukkan pada skor rata-rata dari UMKM Penyandang Disabilitas terhadap pengembangan model terintegrasi ini menunjukkan produk yang dikembangkan tersebut dapat memenuhi kebutuhan mereka, meskipun dalam pelaksanaannya masih ada area untuk perbaikan kemudian hari (Adiningrat, 2023). Oleh karena itu, dari hasil penelitian yang didapat maka dapat disimpulkan bahwa pengembangan model ini layak digunakan oleh UMKM Penyandang Disabilitas untuk dapat meningkatkan daya saing mereka dalam memasarkan produk yang lebih menarik dan kreatif

SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa model pemasaran digital terintegrasi berbasis katalog ini dianggap efektif untuk dapat meningkatkan daya saing pada UMKM Penyandang Disabilitas di Kota Denpasar. Pada hasil skor rata-rata keseluruhan dari para ahli menunjukkan bahwa pada ahli materi menunjukkan nilai 4,46 dan masuk dalam kategori sangat baik. Di sisi lain ahli media memberikan skor pada nilai rata-rata 4,37, juga masuk pada kategori sangat baik. Pada sisi evaluasi dari para UMKM penyandang disabilitas terdapat total nilai 4,5 yang masuk dalam kategori sangat baik.

Ke depan, diharapkan model ini akan digunakan oleh UMKM dengan disabilitas dengan konten yang lebih detail dan teknik visualisasi yang lebih maju, seperti peralihan dari gambar ke video. Studi saat ini tidak membahas efektivitas model dalam operasi sehari-hari. Oleh karena itu, penelitian mendatang harus mengeksplorasi efektivitas model ini dalam penggunaan praktis.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiningrat, G.P. dkk (2023). Development Of A Digital Marketing Model Through E-Catalogue Based On Qr-Codes For Increasing The Competitiveness Of Smes With Disability In Denpasar City : RJOAS. 10 (142). Pp. 33.
- Gartner (2020). Marketing Technology Survey 2020: How Brands Are Tackling Martech Complexity and ROI.
- Harthamia, N.M.S., dkk (2024). Peran Dinas Sosial dalam Pemberdayaan Penyandang Disabilitas di Kota Denpasar. Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan. 7(02), pp. 1141
- Prasetyo, Andy (2020). Digital Marketing. Malang. Edulitera
- Saputra (2020). Digital Marketing: Komunikasi Bisnis Menjadi Lebih Mudah. Yayasan Kita Menulis.
- Yasa, I.W.D., dkk (2023). Perancangan Aksesibilitas Penyandang Disabilitas Fisik pada *Workshop Ability Hub*. Undagi. Jurnal Ilmiah Arsitektur Universitas Warmadewa. 11(02), pp.203