

Penciptaan Aplikasi Mobile Inklusif dengan Pendekatan Desain Berpartisipasi untuk Mendukung UMKM Disabilitas

¹Novita Eni Kartika

¹Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

¹novita25@gmail.com

Abstract. *People with disabilities face numerous barriers to market access, such as limited mobility and a lack of inclusive promotional tools. Consequently, MSMEs with disabilities are less competitive. These limitations are exacerbated by the lack of specifically designed marketing applications, the lack of integration of digital technology with entrepreneurship training, and the lack of sustainable digital mentoring models for vulnerable groups. The purpose of this study is to improve market access for MSMEs with disabilities by developing a digital inclusion-based mobile application that combines online mentoring and entrepreneurship training. This study involved 20 MSMEs with disabilities in East Lampung Regency through the stages of needs analysis, application development, training, and evaluation. This study used a participatory design approach. After data collection through observation, interviews, and application usage logs, descriptive analysis and usability testing were conducted. The results showed increased sales for 70% of MSMEs, market expansion for 60% of users, promotional efficiency for 80%, improved digital skills for 75%, and user satisfaction of 85%. These findings demonstrate that inclusive mobile technology addresses marketing challenges and enhances digital capabilities and business sustainability. Replication of similar models in other regions is encouraged by the findings of this study. It has the potential to enhance the economic empowerment ecosystem by becoming more inclusive and adaptive.*

Keywords. *Inclusion, Mobile Applications, Empowerment, Economy, MSMEs with Disabilities.*

Abstrak. Penyandang disabilitas menghadapi banyak hambatan dalam mengakses pasar, seperti keterbatasan mobilitas dan kekurangan sarana promosi inklusif. Akibatnya, UMKM disabilitas kurang bersaing. Keterbatasan ini diperparah oleh kurangnya aplikasi pemasaran yang dirancang khusus, kurangnya integrasi teknologi digital dengan pelatihan kewirausahaan, dan kurangnya model pendampingan digital berkelanjutan untuk kelompok rentan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meningkatkan akses pasar UMKM disabilitas melalui pengembangan aplikasi mobile berbasis inklusi digital yang menggabungkan pendampingan online dan pelatihan kewirausahaan. Penelitian ini melibatkan 20 pelaku UMKM disabilitas di Kabupaten Lampung Timur melalui tahapan analisis kebutuhan, pengembangan aplikasi, pelatihan, dan evaluasi. Penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan desain berpartisipasi. Setelah data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan log penggunaan aplikasi, analisis deskriptif dan pengujian usability dilakukan. Hasil menunjukkan peningkatan penjualan pada 70% pelaku UMKM, perluasan pasar pada 60% pengguna, efisiensi promosi pada 80%, peningkatan keterampilan digital pada 75%, dan kepuasan pengguna sebesar 85%. Temuan ini menunjukkan bahwa teknologi mobile inklusif mengatasi tantangan pemasaran dan meningkatkan kemampuan digital dan keberlanjutan bisnis. Replikasi model serupa di daerah lain didorong oleh temuan penelitian ini. Ini memiliki potensi untuk meningkatkan ekosistem pemberdayaan ekonomi dengan menjadi lebih inklusif dan adaptif.

Kata Kunci. Inklusi, Aplikasi Mobile, Pemberdayaan, Ekonomi, UMKM Disabilitas.

A. PENDAHULUAN

Penyandang disabilitas sering menghadapi hambatan struktural dan teknis dalam mengakses pasar, mulai dari keterbatasan mobilitas, akses informasi, hingga minimnya sarana promosi yang inklusif. Kondisi ini berimplikasi pada rendahnya daya saing produk UMKM yang mereka kelola, padahal mengikuti perkembangan zaman menjadi keharusan agar mampu bersaing di pasar (Putri et al., 2023). Teknologi asistif, yang mencakup berbagai komponen dan layanan untuk mengurangi hambatan penyandang disabilitas, memiliki potensi signifikan dalam mendukung akses pasar (Zen et al., 2025). Namun, tantangan tetap ada, khususnya dalam merancang UI/UX yang ramah bagi lansia dan penyandang disabilitas (Ario Tri Wibowo & Suryo Murtopo, 2025). Meskipun inovasi teknologi membuka peluang baru, partisipasi ekonomi inklusif belum optimal (Afriani et al., 2023). Oleh karena itu, pengabdian ini mengidentifikasi dan menganalisis strategi pemasaran digital yang efektif untuk memperluas jangkauan pasar UMKM disabilitas (Silaen et al., 2024).

UMKM disabilitas menghadapi keterbatasan promosi akibat minimnya akses informasi, jaringan pemasaran, dan sarana promosi konvensional. Hal ini menurunkan daya saing sekaligus menghambat keterjangkauan pasar produk. Teknologi digital telah merevolusi interaksi bisnis dengan konsumen dan memengaruhi strategi pengelolaan informasi pemasaran (Nur Hidayatul Istiqomah, 2023). Studi membuktikan bahwa transformasi digital, inklusi keuangan digital, dan literasi keuangan berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM disabilitas (Krisnandika & Zulkarnain, 2025). Kegiatan ini bertujuan meningkatkan kemampuan social media marketing bagi UMKM disabilitas yang terkendala promosi (Sari et al., 2024), serta membandingkan kinerja pemasaran sebelum dan sesudah pendampingan pada pelaku usaha yang masih mengandalkan metode konvensional (Utama, 2022). Digitalisasi terbukti menunjang keberlangsungan usaha, memperluas pasar, menekan biaya promosi, dan meningkatkan daya saing ekonomi (Sundari & Lestari, 2022).

Digitalisasi menjadi katalis penting dalam memperluas akses pasar bagi kelompok rentan, termasuk UMKM penyandang disabilitas. Teknologi informasi dan platform digital memungkinkan distribusi produk lintas geografis dengan biaya transaksi dan promosi yang lebih rendah (Aswirah et al., 2024). Dalam konteks pemberdayaan ekonomi, digitalisasi mampu meningkatkan inklusi keuangan sekaligus mengurangi kesenjangan akses peluang usaha (Nur Hidayatul Istiqomah, 2023). Namun, hambatan seperti rendahnya literasi digital, ketergantungan pada pihak ketiga untuk konten, serta minimnya akses pelatihan dan modal promosi masih menjadi tantangan utama (Abadi, 2023). Pemberdayaan perlu diarahkan pada usaha bernilai tambah dan berorientasi pasar (Sawitri et al., 2021). Belajar dari pengalaman kelompok rentan lain, seperti istri nelayan yang menopang ekonomi rumah tangga (M. Yusuf et al., 2022), strategi digitalisasi harus inklusif, memperkuat kapasitas, memperluas jaringan pemasaran, dan mendorong kemandirian ekonomi.

Teknologi mobile menjadi instrumen penting untuk promosi dan transaksi lintas batas, khususnya bagi UMKM disabilitas yang kesulitan mengakses pasar konvensional. Integrasi teknologi digital dalam desain layanan bisnis yang inklusif sangat penting untuk menjawab kebutuhan mereka (Tanuwidjaja et al., 2024). Pemanfaatan aplikasi mobile sebagai sarana pemasaran dan penjualan menjadi solusi yang ditawarkan dalam pengabdian ini, mengatasi keterbatasan promosi sekaligus memperluas jangkauan pasar (Putra et al., 2023). Strategi digital dapat meliputi pembuatan logo baru, pengelolaan akun media sosial, produksi konten, dan penggunaan Instagram Ads untuk meningkatkan visibilitas (Mardatillah et al., 2024). Lebih jauh, pengembangan aplikasi berlandaskan etika dan tanggung jawab sosial sejalan dengan regulasi distribusi sumber daya yang berkeadilan (Muhibban & Munir, 2023). Dengan demikian, teknologi mobile berfungsi ganda sebagai alat promosi dan sarana pemberdayaan ekonomi inklusif berkelanjutan.

Platform digital inklusif berpotensi besar mengakomodasi kebutuhan khusus penyandang disabilitas yang mengalami hambatan akses pasar. Model ini mirip dengan platform sektor lain, seperti pengintegrasian kedai kopi untuk memudahkan pelanggan (Andriani et al., 2023). Bagi UMKM disabilitas, penggabungan pemasaran digital dan ulasan pelanggan online menjadi faktor penting dalam memengaruhi keputusan pembelian (Shafwah et al., 2024). Penerapan teknologi inklusif memerlukan pelatihan intensif, sebagaimana pada program pengenalan Deep Learning untuk pembelajaran inklusif (Rahman et al., 2023). Teknologi ini tidak hanya meningkatkan minat beli, tetapi juga berfungsi sebagai media komunikasi adaptif yang memperkuat keunggulan bersaing (Sugiono, 2021). Studi pemanfaatan kecerdasan buatan bagi siswa disabilitas netra menunjukkan peningkatan kemandirian dan kemampuan menyelesaikan tugas secara efektif (Safiudin et al., 2025).

Kendati teknologi digital berkembang pesat, aplikasi pemasaran yang dirancang khusus untuk UMKM disabilitas masih sangat terbatas. Platform populer kerap mengabaikan aspek inklusivitas, bahkan memiliki segmentasi gender tertentu seperti Shopee yang dianggap lebih femininitas dan aplikasi lain yang maskulinitas (Wulandari & Anwar US, 2021). Pemberdayaan berbasis pemasaran konvensional, seperti door to door oleh santri tuna netra dalam bisnis keset (Atika et al., 2024), terbatas dari segi jangkauan dan efisiensi. Keberlanjutan UMKM telah menjadi perhatian berbagai pihak, termasuk pemerintah (Supri et al., 2023). Pengalaman organisasi yang berkembang berkat pemahaman mendalam terkait disabilitas menegaskan pentingnya intervensi berbasis keahlian (Fariana et al., 2021). Namun, prinsip kepemimpinan inklusif yang terbuka terhadap berbagai kebutuhan pengguna (Whindari Suyun, 2021) belum optimal diimplementasikan dalam desain aplikasi pemasaran UMKM disabilitas, menjadi celah yang perlu diisi.

Meski teknologi digital banyak dimanfaatkan, integrasi teknologi dengan pelatihan kewirausahaan bagi penyandang disabilitas masih jarang. Dalam bidang olahraga adaptif, teknologi informasi terbukti bermanfaat untuk personalisasi, analisis data, pengembangan komunitas online, pelatihan, dan evaluasi berkelanjutan (Ketut et al., 2024), namun pendekatan ini jarang diterapkan pada pengembangan kewirausahaan disabilitas. Penelitian sebelumnya menekankan kemitraan multi-pemangku kepentingan, integrasi kebijakan, dan kerangka evaluasi inklusif (Nanda Hidayati et al., 2023), tetapi implementasinya masih minim. Studi pelatihan e-commerce bagi kelompok non-disabilitas (Mesra et al., 2021) dan eksplorasi kewirausahaan digital (Sono et al., 2023) menunjukkan dampak positif, tetapi pemberdayaan UMKM disabilitas memerlukan teknik tambahan dan penanganan khusus (Purnaningrum et al., 2021). Oleh karena itu, dibutuhkan model integrasi teknologi dan pelatihan kewirausahaan yang dirancang khusus untuk memenuhi kebutuhan unik kelompok ini.

Berbagai inisiatif telah memanfaatkan teknologi digital dalam pemasaran, namun belum ada model pendampingan digital berkelanjutan yang spesifik untuk kelompok rentan seperti UMKM disabilitas. Pendampingan strategi pemasaran berbasis aplikasi mobile terbukti meningkatkan kepercayaan pengguna pada layanan keuangan (Wijayanti & Nurwakhidah, 2024), sementara lembaga keuangan syariah mengadopsi platform digital untuk memperluas pasar (Diah Wulandari, 2023). Penerapan konsep ini pada UMKM disabilitas masih minim, khususnya dalam dukungan berkelanjutan agar keterampilan tetap relevan (Zulkipli et al., 2024). Pendampingan berbasis transfer IPTEK, seperti integrasi pemrograman dan desain produk (Solihin et al., 2024), efektif meningkatkan kompetensi. Oleh karena itu, dibutuhkan model pendampingan digital inklusif yang menyediakan akses teknologi sekaligus mendampingi pengguna secara terus-menerus.

Penyediaan teknologi pemasaran yang inklusif, mudah diakses, dan berkelanjutan menjadi strategi kunci untuk mendorong kemandirian ekonomi UMKM disabilitas. Mengingat tantangan akses pasar, solusi inovatif diperlukan untuk mengakomodasi keterbatasan fisik dan sensorik. Penelitian ini menawarkan kebaruan berupa pengembangan aplikasi mobile dengan fitur ramah disabilitas, seperti text-to-speech, navigasi sederhana, dan tampilan visual yang jelas, untuk memastikan kemudahan akses. Aplikasi ini terintegrasi dengan pelatihan kewirausahaan dan pendampingan online, membentuk ekosistem dukungan berkelanjutan. Tujuan utama penelitian ini adalah meningkatkan akses pasar UMKM disabilitas melalui pemanfaatan teknologi inklusi digital yang adaptif, relevan, dan berpotensi mendorong pertumbuhan usaha secara mandiri dan berdaya saing.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan Participatory Design (PD) yang menekankan keterlibatan aktif pelaku UMKM disabilitas dalam setiap tahap pengembangan solusi. Pendekatan ini dipilih karena mampu menghasilkan inovasi teknologi yang tidak hanya relevan secara fungsional, tetapi juga benar-benar sesuai dengan kebutuhan pengguna. Melalui keterlibatan langsung para pelaku UMKM disabilitas dalam proses perancangan hingga evaluasi, pendekatan ini juga mendorong terciptanya rasa kepemilikan terhadap teknologi yang dihasilkan sehingga pemanfaatannya dapat berlangsung secara berkelanjutan.

Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh pelaku UMKM disabilitas yang berada di Kabupaten Lombok Timur. Dari populasi tersebut, peneliti menggunakan teknik purposive sampling untuk menentukan partisipan yang dianggap paling sesuai dengan tujuan penelitian. Sebanyak 20 orang dipilih sebagai sampel dengan kriteria tertentu, yaitu aktif menjalankan usaha, memiliki keterbatasan fisik atau sensorik, serta bersedia mengikuti seluruh rangkaian kegiatan penelitian dari awal hingga akhir.

Proses penelitian dilaksanakan melalui empat tahapan utama. Tahap pertama adalah analisis kebutuhan, yang bertujuan untuk mengidentifikasi kendala, hambatan, serta kebutuhan yang dihadapi oleh pelaku UMKM disabilitas dalam menjalankan usahanya. Tahap ini dilakukan melalui wawancara mendalam dan observasi langsung terhadap aktivitas usaha partisipan. Tahap kedua adalah pengembangan aplikasi, yaitu merancang dan membangun aplikasi mobile yang ramah bagi penyandang disabilitas. Aplikasi tersebut dilengkapi dengan beberapa fitur aksesibilitas, seperti text-to-speech untuk membantu pengguna dengan keterbatasan penglihatan, navigasi yang sederhana agar mudah dioperasikan, serta tampilan visual dengan kontras tinggi untuk meningkatkan keterbacaan. Tahap ketiga adalah pelatihan penggunaan, di mana peneliti menyelenggarakan kegiatan pelatihan inklusif bagi para partisipan agar mampu menggunakan aplikasi secara optimal. Pelatihan ini dilakukan melalui workshop tatap muka yang dipadukan dengan pendampingan secara daring guna memastikan setiap peserta dapat memahami fungsi aplikasi dengan baik. Tahap keempat adalah evaluasi, yang dilakukan melalui uji kelayakan atau usability testing serta penilaian terhadap manfaat aplikasi dalam mendukung aktivitas usaha para pengguna.

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan beberapa instrumen, yaitu lembar observasi untuk mencatat aktivitas dan interaksi pengguna, panduan wawancara semi-terstruktur untuk menggali pengalaman serta persepsi partisipan, serta log penggunaan aplikasi yang secara otomatis merekam interaksi pengguna secara real-time selama menggunakan sistem. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan dua pendekatan. Data kualitatif dianalisis secara deskriptif untuk menemukan pola kebutuhan, pengalaman, serta persepsi pengguna terhadap aplikasi yang dikembangkan. Sementara itu, data kuantitatif yang diperoleh dari log penggunaan aplikasi dan hasil usability testing dianalisis menggunakan usability score untuk menilai tingkat efisiensi, efektivitas, dan kepuasan pengguna terhadap aplikasi tersebut.

Secara alur, penelitian dimulai dari tahap analisis kebutuhan melalui wawancara dan observasi, kemudian dilanjutkan dengan proses pengembangan aplikasi yang dilengkapi fitur ramah disabilitas. Setelah aplikasi selesai dikembangkan, tahap berikutnya adalah pelatihan penggunaan melalui workshop dan pendampingan daring. Selanjutnya dilakukan evaluasi dan uji usability melalui observasi, wawancara, serta analisis log aplikasi. Seluruh data yang terkumpul kemudian dianalisis dan disusun dalam laporan penelitian sebagai hasil akhir dari proses penelitian yang telah dilaksanakan.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Implementasi aplikasi mobile untuk pemasaran produk UMKM disabilitas menunjukkan dampak positif yang signifikan terhadap kinerja usaha dan kompetensi digital pengguna. Hasil analisis menunjukkan bahwa 70% pelaku UMKM mengalami peningkatan omzet antara 15–30% dalam periode tiga bulan setelah adopsi aplikasi. Selain itu, 60% pengguna berhasil memperluas jangkauan pasar hingga ke luar daerah, yang sebelumnya sulit dijangkau melalui metode pemasaran tradisional. Efisiensi promosi juga meningkat, di mana 80% responden melaporkan penghematan waktu dan biaya promosi secara substansial dibandingkan dengan pendekatan manual. Dari aspek kompetensi, 75% peserta menunjukkan peningkatan keterampilan digital, termasuk pengelolaan transaksi dan unggahan produk. Tingkat kepuasan terhadap aplikasi juga tinggi, dengan 85% pengguna menyatakan bahwa navigasi sederhana dan fitur ramah disabilitas memudahkan penggunaan sehari-hari.

Temuan penelitian ini secara langsung mengisi celah penelitian (research gap) yang diidentifikasi sebelumnya. Pertama, kurangnya aplikasi pemasaran yang dirancang khusus untuk UMKM disabilitas diatasi melalui pengembangan platform yang tidak hanya menyediakan fitur pemasaran, tetapi juga memperhatikan aksesibilitas, seperti navigasi sederhana dan dukungan multi-disabilitas. Tingginya tingkat kepuasan pengguna (85%) menegaskan bahwa desain inklusif ini relevan dan efektif dalam mengakomodasi kebutuhan kelompok sasaran.

Kedua, minimnya studi yang mengintegrasikan teknologi digital dengan pelatihan kewirausahaan bagi penyandang disabilitas dijawab dengan adanya peningkatan keterampilan digital pada 75% pengguna. Hasil ini menunjukkan bahwa implementasi aplikasi bukan hanya sekadar alat transaksi, tetapi juga sarana pembelajaran yang mendorong literasi digital. Efektivitas integrasi ini didukung oleh peningkatan omzet pada 70% pelaku UMKM, mengindikasikan keterkaitan erat antara peningkatan kompetensi dan performa usaha.

Ketiga, ketiadaan model pendampingan digital berkelanjutan untuk kelompok rentan dijawab melalui fitur dan strategi pendampingan berbasis aplikasi yang memungkinkan komunikasi, pembaruan informasi, serta dukungan teknis secara real-time. Dampak strategi ini terlihat pada perluasan pasar (60%) dan efisiensi promosi (80%), yang sebelumnya sulit dicapai melalui metode manual.

Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa aplikasi mobile inklusif tidak hanya mengatasi hambatan pemasaran, tetapi juga membangun fondasi keberlanjutan usaha berbasis teknologi.

D. KESIMPULAN

Penelitian ini membuktikan bahwa pengembangan aplikasi mobile berbasis inklusi digital yang terintegrasi dengan pelatihan kewirausahaan dan pendampingan online mampu secara signifikan meningkatkan akses pasar bagi UMKM disabilitas. Tujuan penelitian, yakni menciptakan solusi pemasaran yang adaptif terhadap kebutuhan penyandang disabilitas, telah tercapai melalui implementasi platform yang memadukan fungsi pemasaran, aksesibilitas, dan peningkatan keterampilan digital.

Temuan menunjukkan bahwa 85% pengguna menyatakan kepuasan tinggi terhadap kemudahan navigasi dan fitur ramah disabilitas, menegaskan relevansi desain inklusif dalam mengatasi hambatan teknologi yang sebelumnya dihadapi. Lebih lanjut, peningkatan keterampilan digital pada 75% pengguna mengindikasikan bahwa aplikasi ini berperan ganda, tidak hanya sebagai saluran transaksi, tetapi juga sebagai media pembelajaran yang memperkuat literasi digital pelaku UMKM disabilitas. Kenaikan omzet pada 70% pelaku UMKM setelah tiga bulan penggunaan memperkuat keterkaitan antara peningkatan kapasitas digital dengan performa usaha yang lebih kompetitif.

Integrasi model pendampingan digital berkelanjutan menjadi salah satu kontribusi signifikan penelitian ini. Fitur pendampingan berbasis aplikasi telah memfasilitasi komunikasi real-time, pembaruan informasi, dan dukungan teknis yang konsisten. Hal ini berdampak pada perluasan pasar (60%) dan peningkatan efisiensi promosi (80%), yang sebelumnya sulit dicapai melalui metode konvensional.

Secara konseptual, hasil penelitian ini mengisi celah dalam literatur yang selama ini kurang menyoroti sinergi antara teknologi inklusif, pelatihan kewirausahaan, dan pendampingan berkelanjutan dalam konteks pemberdayaan ekonomi kelompok rentan. Secara praktis, temuan ini membuka peluang replikasi model serupa di wilayah lain, dengan potensi adaptasi untuk berbagai jenis disabilitas dan sektor usaha.

Ke depan, implikasi penelitian ini menuntut adanya kolaborasi lintas sektor antara pemerintah, lembaga pendidikan, organisasi disabilitas, dan pengembang teknologi untuk memastikan keberlanjutan serta perluasan dampak program. Penelitian lanjutan dapat difokuskan pada optimalisasi fitur berbasis kecerdasan buatan untuk personalisasi strategi pemasaran, serta evaluasi jangka panjang terhadap ketahanan usaha UMKM disabilitas dalam menghadapi dinamika pasar digital. Dengan demikian, inovasi ini tidak hanya menjawab tantangan saat ini, tetapi juga membangun ekosistem pemberdayaan ekonomi yang inklusif, adaptif, dan berkelanjutan.

REFERENSI

- Abadi, R. F. (2023). Jurnal Unik : Pendidikan Luar Biasa Analisis Penerapan Pemasaran Digital dalam Membantu Disabilitas Berwirausaha diskriminasi struktural , termasuk dalam hal akses terhadap pekerjaan , pendidikan , dan layanan 1 . Bagaimana penyandang disabilitas menerapk. 8(2).
- Afriani, A. B., Wilmanda, G., & Jiyaris Gamaradika, A. (2023). Difabel di Pusat: Artificial Intelligence dan Bazar Platform sebagai Medium Inklusif Sistem Edukasiauau. *Proceedings of Unimbone* , 1–9.
- Andriani, T. A., Sari, D. P., & Andrian, R. (2023). Perancangan User Interface Mobile App untuk Kumpulan Start-Up Coffee Shop di Wilayah Jakarta Timur sebagai Wadah Pemasaran Produk dengan Metode Design Thinking. *Jurnal Sistem dan Teknologi Informasi (JustIN)*, 11(1), 61. <https://doi.org/10.26418/justin.v11i1.54947>
- Ario Tri Wibowo, K., & Suryo Murtopo, A. (2025). Optimalisasi Desain UI/UX untuk Meningkatkan Aksesibilitas Teknologi Digital bagi Lansia dan Penyandang Disabilitas. *Jurnal Riset Sistem dan Teknologi Informasi*, 3(1), 51–66. <https://doi.org/10.30787/restia.v3i1.1887>
- Aswirah, A., Arfah, A., & Alam, S. (2024). Perkembangan Dan Dampak Financial Technology Terhadap Inklusi Keuangan Di Indonesia: Studi Literatur. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 13(2), 180–186. <https://doi.org/10.37476/jbk.v13i2.4642>
- Atika, A. R., Iradianty, A., Jumiati, D., & ... (2024). Pengembangan Bisnis UMKM Santri Disabilitas Tuna Netra pada Bidang Inovasi dan Pemasaran di Cianjur Jawa Barat. ... of Humanities and ..., 5(1), 367–378. <https://www.ejournal.uit-lirboyo.ac.id/index.php/IJHSS/article/view/4959%0Ahttps://www.ejournal.uit-lirboyo.ac.id/index.php/IJHSS/article/download/4959/1588>

- Diah Wulandari. (2023). Pemasaran Produk Bank Syariah di Era Digital. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 3085–3092.
- Fariana, R., Samsiyah, S., Hariawan, F., Arianto, B., & Sukamdani, Y. (2021). Pemanfaatan Teknologi Informasi Dalam Penyusunan Laporan Keuangan Pada UMKM Kedai Reny (Komunitas Penyandang Disabilitas Naeema Trenggalek). *Ekobis Abdimas : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 100–108. <https://doi.org/10.36456/ekobisabdimas.2.2.4859>
- Ketut, I., Swadesi, I., Yogi, K., & Lesmana, P. (2024). Integrasi Teknologi Informasi Ilmu Keolahragaan Adaptif dalam Pemprofilan dan Pendataan Siswa Disabilitas di Bali. *Seminar Nasional Pengabdian kepada Masyarakat*, 9(1), 554–561. <https://eproceeding.undiksha.ac.id/index.php/SENADIMAS/article/view/461>
- Krisnandika, V. R., & Zulkarnain, Z. (2025). Eksplorasi Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Peningkatan Kinerja Pelaku UMKM Disabilitas. *Solusi*, 23(1), 56–73. <https://doi.org/10.26623/slsi.v23i1.11218>
- M. Yusuf, Halimatus Sa'diyah, Syarif Husni, Muhammad Nursan, Aeko Fria Utama, & Ni Made Nike Zeamita Widiyanti. (2022). Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Pesisir Melalui Peningkatan Keterampilan Pengolahan Hasil Perikanan di Desa Labuan Lombok, Kecamatan Pringgabaya Kabupaten Lombok Timur. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 5(1), 251–256. <https://doi.org/10.29303/jpmipi.v5i1.1435>
- Mardatillah, Hidayat, M., Yuniar, E., Arsyad, A. A., & Syafiah, N. (2024). Pemberdayaan Disabilitas Melalui Inovasi Pemasaran Pada UMKM Inklusi Craft Kotamadya Balikpapan. *ALMUJTAMAE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(3), 326–340. <https://doi.org/10.30997/almujtamae.v4i3.16446>
- Mesra, Wahyuni, S., Sari, M. M., & Pane, D. N. (2021). E-Commerce Sebagai Media Pemasaran Produk Industri Rumah Tangga di Desa Klambir Lima Kebun. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia (JPMI)*, 1(3), 115–120. <https://doi.org/10.52436/1.jpmi.26>
- Muhibban, & Munir, M. M. (2023). Pemberdayaan Ekonomi Berlandaskan Masalah Dalam Hukum Islam. *Jurnal Kajian Islam Modern*, 10(01), 34–45. <https://doi.org/10.56406/jkim.v10i01.311>
- Nanda Hidayati, Esti Handayani, & Sulistyowati, N. W. (2023). Inovasi Berkelanjutan: Pendekatan Kolaboratif untuk Mengatasi Tantangan Sosial-Ekonomi di Provinsi Jawa Barat. *Jurnal Pengabdian West Science*, 2(6), 460–467. <https://doi.org/10.58812/jpws.v2i6.451>
- Nur Hidayatul Istiqomah. (2023). TRANSFORMASI PEMASARAN TRADISIONAL KE E-MARKETING: TINJAUAN LITERATUR TENTANG DAMPAK PENGGUNAAN TEKNOLOGI DIGITAL TERHADAP DAYA SAING PEMASARAN BISNIS. *Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam*, 13(1), 104–116.
- Purnaningrum, E., Dwiarta, I. M. B., Ariprowo, T., Waryanto, R. B. D., & Prasetyo, A. (2021). Pemberdayaan UMKM Disabilitas Trenggalek untuk Peningkatan Pendapatan Pasca Pandemi melalui Upgrading Sosial Media. *Ekobis Abdimas : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 94–99. <https://doi.org/10.36456/ekobisabdimas.2.2.4858>
- Putra, R. P., Prihandarini, R., & Anam, C. (2023). Pembuatan Aplikasi Mobile Untuk Meningkatkan Proses Pemasaran dan Penjualan Hasil Urban Farming, Kelurahan Balarjosari, Kota Malang. *Jurnal Aplikasi Dan Inovasi Ipteks "Soliditas" (J-Solid)*, 6(2), 287. <https://doi.org/10.31328/js.v6i2.5013>
- Putri, N. A., Nikensari, S. I., & Sebayang, K. D. A. (2023). Analisis Literasi Digital, Dukungan Modal Usaha Dan Kepercayaan Diri Terhadap Kemudahan Berbisnis

- Secara Digital (Studi Kasus UMKM Penyandang Disabilitas di DKI Jakarta). *JUEB : Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2(1), 10–21. <https://doi.org/10.57218/jueb.v2i1.581>
- Rahman, S. A., Widjaya, A., Nasrullah, N., Arrazaq, F., Zulkarnain, Z., & Andriana, A. (2023). Pengembangan Model Pembelajaran Deep Learning Inovatif untuk Meningkatkan Pendidikan Inklusif di Sekolah Menengah Kejuruan Penyelenggara Pendidikan Inklusi. *Jurnal Pengabdian Tri Bhakti*, 5(2), 125–135. <https://doi.org/10.36555/jptb.v5i2.2226>
- Safiudin, A., Yaum, L. A., & Prystiananta, N. C. (2025). Pengaruh Penggunaan Teknologi AI Terhadap Kemampuan Menyelesaikan Tugas Sekolah Siswa Disabilitas Netra Kelas IX di SLBN Branjangan Jember. *SPEED Journal : Journal of Special Education*, 9(1), 64–74. <https://doi.org/10.31537/speed.v9i1.2435>
- Sari, D. K., Games, D., Darlis, V., Triani, L. A., Manajemen, D., Ekonomi, F., & Andalas, U. (2024). PENERAPAN SOCIAL MEDIA MARKETING DI ERA DIGITAL UNTUK KEMAJUAN UMKM DISABILITAS DI KOTA PADANG The Implementation of Social Media Marketing in A Digital Era for the Advancement of MSMEs with Disabled Business Owners in Padang City *PENDAHULUAN Kemandirian* . 7(1), 1–14.
- Sawitri, A. P., Asjari, F., Adi, B., & Utomo, S. P. (2021). Penguatan UMKM Penyandang Disabilitas Naeema Melalui Perijinan Usaha dan Modal Usaha. *Ekobis Abdimas : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 80–87. <https://doi.org/10.36456/ekobisabdimas.2.2.4856>
- Shafwah, A. D., Fauzi, A., Yulius Caesar, L. A., Octavia, A., Indrajaya, B. L., Endraswari, J. I., & Yulia, N. (2024). Pengaruh Pemasaran Digital dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Skincare di E-Commerce Shopee. *Pengaruh Pemasaran Digital*, 5(3), 135–147. <https://doi.org/10.38035/jimt.v5i3>
- Silaen, K., Eddy Bachtiar, L., Silaen, M., & Parhusip, A. (2024). STRATEGI PEMASARAN DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK LOKAL DI ERA ONLINE. *Jurnal Pengabdian Kolaborasi dan Inovasi IPTEKS*, 2(3), 1072–1079. <https://doi.org/10.59407/jpki2.v2i3.1004>
- Solihin, R., Sudrajat, S., UTOMO, T., Supriyanto, S., Ilman, S. M., & Setiadi, B. (2024). Transfer Teknologi dan Pelatihan Pembuatan Kompas Bicara untuk Meningkatkan Kemampuan Orientasi Mobilitas dan Navigasi Disabilitas Netra di SLBN-A Citeureup Kota Cimahi. *Jurnal Pengabdian Teknik dan Ilmu Komputer (Petik)*, 4(2), 62–69. <https://doi.org/10.34010/petik.v4i2.14324>
- Sono, M. G., Erwin, E., & Muhtadi, M. A. (2023). Strategi Pemasaran Digital dalam Mendorong Keberhasilan Wirausaha di Era Digital. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan West Science*, 1(04), 312–324. <https://doi.org/10.58812/jekws.v1i04.712>
- Sugiono, S. (2021). Tantangan dan Peluang Pemanfaatan Augmented Reality di Perangkat Mobile dalam Komunikasi Pemasaran. *Jurnal Komunika: Jurnal Komunikasi, Media dan Informatika*, 10(1), 1. <https://doi.org/10.31504/komunika.v10i1.3715>
- Sundari, S., & Lestari, H. D. (2022). Pemasaran Digital dalam Perusahaan. *WIKUACITYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 94–99. <https://wikuacitya.unwiku.ac.id/JurnalWikuacitya:JurnalPengabdianMasyarakat/> /94

- Supri, Z., Sahrir, S., Hamid, R. S., Sultan, S., & Riyanti, R. (2023). Peningkatan Sistem Pengelolaan Keuangan Dan Pemasaran Digital Pada Umkm Chalodo Sibali Resoe. *Jurnal Abdi Insani*, 10(4), 2204–2211. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v10i4.1148>
- Tanuwidjaja, G., Rustanto, J. L., & Hartanto, F. C. (2024). Teknologi Digital Inovatif dalam Apartemen Pintar : Memenuhi Kebutuhan Orang Lanjut Usia dan Penyandang Disabilitas. *Seminar Nasional Ilmu Terapan (SNITER)*, 1–16.
- Utama, H. H. (2022). Pengaruh Pendampingan Pemasaran Dan Kewirausahaan Umkm Penyandang Disabilitas Melalui Pemanfaatan E-Commerce Pasca Pandemi. *SPEED Journal : Journal of Special Education*, 6(1), 74–82. <https://doi.org/10.31537/speed.v6i1.867>
- Whindari Suyun. (2021). Pengaruh Kepemimpinan Inklusif Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai Dengan Perilaku Inovatif. *Diponegoro Journal of Management*, 10(3), 1–12. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Wijayanti, L., & Nurwakhidah, A. (2024). Pendampingan Strategi Pemasaran Aplikasi Mobile Ugt Guna Meningkatkan Kepercayaan Nasabah Bmt Ugt Nusantara Capem Gondanglegi. *IJCD: Indonesian Journal of Community Dedication*, 02(03), 402–409. <https://jurnal.academiacenter.org/index.php/IJCD>
- Wulandari, A., & Anwar US, K. (2021). Analisis Manajemen Pemasaran Pada Aplikasi Shopee Dan Tokopedia. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis dan Keuangan*, 1(3), 295–301. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v1i3.49>
- Zen, L. F., Rachim, H. A., & Apsari, N. C. (2025). Penggunaan Teknologi Asistif : Peningkatan Kemandirian Penyandang Disabilitas Fisik. *Share : Social Work Journal*, 14(2), 135–147. <https://doi.org/10.24198/share.v14i2.52420>
- Zulkipli, Z., Sadewarahes, R. R., Kandarsah, K., Andryano, S. M., & Pratama, D. R. (2024). Pemanfaatan Teknologi Digital Marketing untuk Meningkatkan Penjualan Produk Disabilitas Tuna Netra di SKH Islam Terpadu Yarfin Tangerang Selatan. *Journal Of Human And Education (JAHE)*, 4(6), 667–671. <https://doi.org/10.31004/jh.v4i6.1919>