

Pemberdayaan Kelompok Tuna Daksa "Baraka" melalui Inovasi Pengembangan Produk Daur Ulang Ban Bekas Guna Mendukung Reputasi Bisnis Kelompok Difabel

Empowerment of the "Baraka" Group with Physical Disabilities through Innovation in Developing Recycled Tire Products to Support the Business Reputation of Disabled Communities

Mohammad Insan Romadhan ^{1*}

Hajidah Fildzahun Nadhilah Kusradi ¹

Siti Muhimatul Khoiroh ²

¹Department of Communication Sciences, University of 17 August 1945, Surabaya, East Java, Indonesia

²Industrial Engineering, University of 17 August 1945, Surabaya, East Java, Indonesia

email: insanromadhan@untag-sby.ac.id

Kata Kunci

Pemberdayaan
Difabel
Reputasi

Keywords:

*Empowerment
Disabled
Reputation*

Received: September 2024

Accepted: October 2024

Published: November 2024

Abstrak

Program kemitraan masyarakat ini adalah Pemberdayaan Kelompok Tuna Daksa "Baraka" melalui Inovasi Pengembangan Produk Daur Ulang Ban Bekas Guna Mendukung Reputasi Bisnis Kelompok Difabel. Kelompok Difabel Tuna Daksa "Baraka" merupakan kelompok difabel yang memiliki usaha daur ulang ban bekas yang dijadikan kreasi ke dalam bentuk tempat duduk dan meja. Akan tetapi ada beberapa permasalahan yang dialami oleh kelompok tersebut yaitu Aspek Produksi (Kurangnya kemampuan mitra dalam melakukan kontrol terhadap kualitas mutu produk, Kurangnya inovasi produk yang dihasilkan oleh mitra, Produksi produk yang masih memakan waktu lama. Aspek Sosial Kemasyarakatan Kurangnya dorongan untuk menciptakan kemandirian ekonomi pada mitra dan Kurangnya kemampuan mitra dalam melakukan branding produk. Metode pelaksanaan adalah dengan memetakan kegiatan yang diperlukan untuk mengatasi permasalahan dari ketiga aspek permasalahan yang ada pada mitra. Hasil dari kegiatan menunjukkan Pada aspek produksi, Produk yang dihasilkan mitra sudah mulai dapat terstandar terkait dengan kualitas dan kuantitas produk yang dihasilkan, Produk yang dihasilkan untuk varian produk kursi bertambah menjadi varian *small* dan *large*, dari yang sebelumnya hanya ada varian medium saja dan varian meja dan Produk yang dihasilkan mitra dalam 1 minggu terakhir mampu membuat 10 produk, maka jika dalam sebulan jika di rata-rata akan dapat menghasilkan sekitar 40 produk. Pada Aspek Sosial Kemasyarakatan kesadaran tentang kemandirian ekonomi meingkat dan mitra memiliki logo dan *tagline* untuk dapat memperkuat reputasi dari produk yang dihasilkan. Sedangkan pada Aspek Pemasaran Permintaan konsumen pada mitra dalam 1 minggu terakhir adalah 10 produk, maka jika dalam sebulan jika di rata-rata akan dapat menghasilkan sekitar 40 produk.

Abstract

This community partnership program is the Empowerment of the "Baraka" Group with Physical Disabilities through Innovation in Developing Recycled Tire Products to Support the Business Reputation of Disabled Communities. The "Baraka" Group of People with Physical Disabilities is a group that runs a business recycling used tires into creative seating and table products. However, the group faces several challenges, including difficulties in production, such as a lack of ability to control the quality of the products, limited innovation in the products they develop, and lengthy production times. Socially, the group also faces a lack of motivation to create economic independence and has limited ability in branding their products. The implementation method involves mapping the necessary activities to address the challenges in these areas. The results of the program show that, in terms of production, the products produced by the group have started to meet quality and quantity standards. The product range has expanded, with chairs now available in small and large sizes, whereas previously, only medium sizes were available. Additionally, the group introduced table variants. Over the past week, the group was able to produce 10 products, indicating that on average, they could produce around 40 products in a month. Socially, awareness of economic independence has increased, and the group now has a logo and tagline to strengthen the reputation of their products. In terms of marketing, over the past week, the group received orders for 10 products, which suggests they could meet demand for around 40 products per month.



© 2024 Mohammad Insan Romadhan, Hajidah Fildzahun Nadhilah Kusradi, Siti Muhimatul Khoiroh. Published by [Institute for Research and Community Services Universitas Muhammadiyah Palangkaraya](https://journal.umpr.ac.id). This is Open Access article under the CC-BY-SA License (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>). DOI: <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v9i11.8224>

How to cite: Romadhan, M. I., Kusradi, H. F. N., Khoiroh, S. M. (2024). Pemberdayaan Kelompok Tuna Daksa "Baraka" melalui Inovasi Pengembangan Produk Daur Ulang Ban Bekas Guna Mendukung Reputasi Bisnis Kelompok Difabel. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*, 9(11), 2131-2114. <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v9i11.8224>

PENDAHULUAN

Program kemitraan masyarakat ini adalah Pembedayaan Kelompok Tuna Daksa “Baraka” melalui Inovasi Pengembangan Produk Daur Ulang Ban Bekas Guna Mendukung Reputasi Bisnis Kelompok Difabel. Kelompok Difabel Tuna Daksa “Baraka” merupakan kelompok difabel yang memiliki usaha daur ulang ban bekas yang dijadikan kreasi ke dalam bentuk tempat duduk dan meja. Walaupun dengan segala kekurangan yang ada baik dari segi fisik dan lain sebagainya, akan tetapi pada dasarnya usaha yang dilakukan oleh kelompok difabel ini masuk ke dalam industri kreatif. Selain itu juga sebagai upaya bentuk implemetasi dalam membangun reputasi bisnis kelompok difabel. Pada dasarnya memberikan kesempatan yang sama kepada kelompok difabel untuk mandiri secara ekonomi dan memanfaatkan limbah ban bekas untuk di daur ulang menjadi produk kreatif bernilai jual. Untuk menciptakan daya saing yang unggul pada industri kreatif tersebut, maka perlu memperhatikan aliran rantai nilai. Sehingga perlu dorongan pada kelompok Baraka ini untuk berkembang. Berdasarkan observasi dan penelitian yang dilakukan oleh sebelumnya yang berkaitan dengan industri kreatif dan kelompok difabel, menunjukkan kondisi seperti pada tabel 1:

Tabel 1. Situasi dan Kondisi Mitra.

No	Identifikasi	Penggambaran Situasi dan Kondisi
1	Kondisi pada hasil produksi	Kualitas mutu produk yang dihasilkan masih belum terkontrol Hasil produk yang masih monoton
2	Kondisi pada proses operasional produksi produk	Operasional produksi barang masih manual (belum menggunakan teknologi yang dapat mendukung kerjanya kelompok difabel tunadaksa)
3	Kondisi pada pemasaran produk	Kegiatan <i>branding</i> yang dilakukan oleh mitra masih cenderung pasif

Berdasarkan dari observasi tersebut tampak situasi dan kondisi saat ini ke dalam tiga aspek, pertama dari aspek produk menunjukkan kondisi dari hasil produk daur ulang ban bekas yang dihasilkan oleh mitra, kualitas mutu produknya belum terkontrol, artinya antara produk satu dengan produk lainnya tidak selalu sama. Selain itu produk yang dihasilkan dari daur ulang ban bekas masih monoton, hanya sebatas membuat meja dan kursi saja, tidak ada bentuk kreasi yang lebih kreatif untuk dapat menarik perhatian dari konsumen. Padahal dari penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh pengusul menunjukkan bahwa hasil inovasi produk dapat membuat peningkatannya secara signifikan baik dalam kapasitas produksi maupun perluasan pangsa pasar (Muhimatul Khoiroh *et al.*, 2021). Adapun contoh hasil produk seperti yang tertera pada gambar 1:



Gambar 1. Hasil Produksi Kelompok Difabel Tunadaksa “Baraka”.

Kondisi yang lain operasional produksi barang dari hasil daur ulang ban tersebut masih manual, artinya belum ada penggunaan teknologi yang dapat membantu ataupun mendukung proses kerja dari kelompok difabel tunadaksa tersebut. Pada aspek promosi belum adanya *branding* terkait dengan produk daur ulang ban bekas dari kelompok difabel tersebut, padahal *branding* tersebut yang membuat suatu produk/jasa dapat mudah dikenali oleh konsumen. Karena berdasarkan pada penelitian yang dilakukan sebelumnya menunjukkan bahwa brand melalui simbol dan nama

digunakan sebagai pembeda antara produk satu dengan yang lainnya (Romadhan, 2018). Selain itu mitra belum sepenuhnya memiliki pandangan terkait dengan reputasi dari suatu bisnis, padahal pola pikir tersebut sangat dibutuhkan pada kelompok usaha untuk menciptakan bisnis yang mandiri. Berdasarkan pada uraian situasi dan kondisi terkini, maka dapat dijabarkan beberapa permasalahan prioritas yang perlu untuk diselesaikan pada kelompok difabel tuna daksa "Baraka" yang tertera pada tabel 2:

Tabel II. Permasalahan Prioritas.

No	Aspek	Permasalahan Prioritas
1	Aspek Produksi	Kurangnya kemampuan dalam melakukan kontrol terhadap kualitas mutu produk Kurangnya inovasi produk yang dihasilkan Produksi produk yang masih memakan waktu akibat dari kurangnya penggunaan teknologi dalam mendukung operasional kerja kelompok difabel tunadaksa
2	Aspek Sosial Kemasyarakatan	Kurangnya dorongan untuk menciptakan reputasi bisnis Kurangnya kemampuan dalam membangun reputasi bisnis
3	Aspek Pemasaran	Kurangnya kegiatan <i>branding</i> yang dilakukan oleh kelompok Difabel "Baraka"

Aspek Produk

Sikap dan pandangan masyarakat terhadap penyandang disabilitas masih lemah dan tidak membantu baik kepada kelompok anak difabel hingga dewasa. Faktanya, sebagian masyarakat masih menganggap keberadaan penyandang disabilitas sebagai hal yang memalukan. Prasangka "keterbelakangan", "kelemahan", dan "inferioritas" mengakibatkan masyarakat dikucilkan dari masyarakat dan menjadi miskin secara sosial. Siklus kemiskinan dan eksklusi ini bermula dari kenyataan bahwa banyak orang tua tidak menyekolahkan anak mereka yang menyandang disabilitas. Hal ini dikarenakan mereka malu dengan kondisi anaknya atau yakin anaknya tidak akan mampu mengikuti proses belajar di sekolah. (Lintang Citra Christiani *et al.*, 2020). Bahkan jika penyandang disabilitas bersekolah dan diajarkan keterampilan yang berbeda. Hal ini memberikan dampak besar kala penyandang disabilitas memulai fase dewasa, saat mereka bekerja. Tidak banyak lapangan pekerjaan diperuntukkan bagi mereka. Keterbatasan lapangan pekerjaan tersebut membuat kelompok difabel Baraka membuka usaha kreatif melalui produksi produk barang bekas guna memenuhi ekonomi. Namun, terdapat beberapa kendala yang dihadapi yakni pada aspek produk, ada tiga permasalahan yang dihadapi :

- 1) Kurangnya kemampuan dalam melakukan kontrol terhadap kualitas mutu produk, padahal salah satu yang mendorong konsumen untuk membeli adalah kualitas mutu produk yang terjaga, hal tersebut yang belum tampak;
- 2) Kurangnya inovasi produk yang dihasilkan, sehingga konsumen yang memiliki keinginan membeli merasa kurang adanya alternatif pilihan model dari produk daur ulang ban bekas dari mitra, akibat dari terbatasnya inovasi produk yang ditawarkan;
- 3) Produksi produk yang masih memakan waktu akibat dari kurangnya penggunaan teknologi dalam mendukung operasional kerja kelompok difabel tunadaksa.

Seperti yang diketahui bahwa kekurangan dari kelompok tersebut adalah keterbatasan fisiknya, sehingga dengan peralatan yang masih manual tentu operasional produksi produk memakan waktu cukup lama. Pengabdian kepada masyarakat ini menyoroti pendekatan yang mengintegrasikan prinsip ekonomi hijau ke dalam inisiatif pengembangan dan pemberdayaan masyarakat. Banyak penelitian menekankan bahwa pendekatan ini bertujuan untuk menciptakan keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi, keberlanjutan lingkungan, dan kesejahteraan sosial. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa teori ekonomi hijau memberikan landasan konseptual untuk mengidentifikasi dan mengukur dampak inisiatif pengabdian kepada masyarakat terhadap lingkungan, ekonomi, dan masyarakat secara keseluruhan (Sarie *et al.*, 2023).

Aspek Sosial Kemasyarakatan

Pada aspek proses, terdapat dua permasalahan yang dihadapi :

- 1) Kurangnya dorongan untuk menciptakan reputasi bisnis. Permasalahan ini lebih mengarah pada kemauan, Di mana masih merasa bahwa produk-produk yang dibeli oleh konsumen hanya karena rasa iba saja, belum membeli karena memang kualitas produk. Berdasarkan pemantauan dan wawancara dengan penyandang disabilitas, dinas sosial, organisasi kemasyarakatan yang membantu kelompok disabilitas maupun masyarakat umum yang peduli pada disabilitas. Dapat disimpulkan bahwa penyandang disabilitas seringkali mengalami perilaku diskriminatif dari masyarakat luas dan mempertanyakan capaian industri kreatif terutama produk hasil karya kelompok disabilitas.(Ayu *et al.*, 2023). Nyatanya, dalam ranah reputasi bisnis kelompok difabel tidak hanya menjadi objek, mereka mampu menjadi subjek atas dirinya. Subjektifitas kelompok difabel terlihat dari motivasi dan tujuannya bekerja dalam hal menciptakan produk yang menarik, berkualitas baik (Hajidah Fildzahun Nadhilah Kusnadi, 2022).
- 2) Kurangnya kemampuan *branding* yang dimiliki oleh mitra, yang membuat kegiatan *branding* nya juga tidak maksimal.

Aspek Pemasaran

Pada aspek industri diperlukan proses pemasaran, pemasaran yang dilakukan dalam bentuk *offline* dan *online*. Pada aspek inimiyra Baraka furniture memiliki satu permasalahan yang dihadapi. (1) Kurangnya kegiatan *branding* yang dilakukan oleh kelompok Difabel "Baraka", dalam arti proses *branding* yang dilakukan oleh mitra masih kurang maksimal seperti tidak adanya logo dari produk, kurang menciptakan *value* dari produk. Sebenarnya hal tersebut terjadi karena Kurangnya kemampuan mitra dalam melakukan *branding* produk. Sehingga omset yang didapat juga tidak maksimal. Pemilik UMKM harus bisa memanfaatkan media digital untuk memasarkan produknya. UMKM yang memiliki akses *online* dan media sosial serta terus mengembangkan kemampuan e-commerce akan menikmati keuntungan bisnis yang lebih besar dibandingkan UMKM yang belum menguasainya. Namun, banyak pelaku UMKM yang belum menguasai keterampilan tersebut dan tidak memahami manfaat dan peran media sosial dalam bisnisnya. Platform media sosial memberikan peluang unik untuk memasarkan produk, memicu pembelian impulsif, dan menunjukkan efektivitas Instagram dalam memengaruhi emosi konsumen. Pelaku UMKM tidak hanya bisa memamerkan produknya tetapi juga melakukan transaksi penjualan (Rahayu *et al.*, 2024). Pemasaran melalui media sosial menjadi salah satu strategi dalam meningkatkan daya saing UMKM sehingga lebih dikenal masyarakat yang lebih luas (Sofi'i *et al.*, 2024). Akibat adanya permasalahan pada tiga aspek tersebut pada mitra yang menyebabkan tidak tercapainya reputasi bisnis yang hendak dibangun. Berdasarkan hal tersebut maka usulan PKM Pemberdayaan kelompok difabel ini dibuat untuk dapat menyelesaikan permasalahan-permasalahan prioritas yang dihadapi oleh Kelompok Difabel Baraka.

METODE

Metode pelaksanaan pada usulan kegiatan program ini berdasarkan pada penyelesaian permasalahan prioritas pada mitra yang menyangkut aspek produk, aspek proses dan aspek promosi yang di mana muaranya adalah Pemberdayaan Kelompok Tuna Daksa "Baraka" melalui Inovasi Pengembangan Produk Daur Ulang Ban Bekas Guna Mendukung Reputasi Bisnis Kelompok Difabel. Adapun detail rincian metode pelaksanaannya dapat dilihat pada tabel 3 :

Tabel III. Rincian Metode Pelaksanaan.

Aspek Permasalahan	Tahapan Pelaksanaan Kegiatan	Partisipasi Mitra	Bentuk Evaluasi
Aspek Produksi	<ol style="list-style-type: none"> Membangun situasi kekeluargaan sekaligus FGD dengan mitra terkait dengan kondisi terkini mengenai produk yang dihasilkan mitra dan rencana penggunaan teknologi untuk operasional produksi mitra Memberikan pelatihan kepada mitra terkait dengan <i>Quality Control</i> Produk Memberikan pelatihan penggunaan sekaligus memberikan teknologi cetakan plong ban untuk mengontrol pembuatan lubang pada ban, tatakan ban bergerak dan alat pemindah ban. Memberikan pelatihan pengembangan inovasi produk Melakukan evaluasi hasil produk yang diproduksi oleh mitra pasca pelatihan dan pemberian alat 	<ol style="list-style-type: none"> Menjadi pemantik diskusi dalam FGD terkait dengan rencana penggunaan teknologi untuk operasional produksi daur ulang ban bekas Berkegiatan bersama dalam pelatihan <i>Quality Control</i>, Penggunaan teknologi cetakan plong ban dan pelatihan pengembangan inovasi produk Mendemonstrasikan langsung penggunaan teknologi cetakan plong ban, tatakan ban bergerak dan alat pemindah ban Mendemonstrasikan langsung proses pembuatan inovasi daur ulang ban bekas dengan jenis varian baru Ikut terlibat dalam proses evaluasi dari hasil pelaksanaan kegiatan pada aspek produksi 	<ol style="list-style-type: none"> Melihat presentase kualitas mutu dari hasil produksi produk daur ulang mitra yang sesuai dengan standar yang ditetapkan (lebih dari 50%) Melihat jumlah tambahan varian jenis produk yang dihasilkan mitra (bertambah 2 jenis varian menjadi 4 jenis) Melihat peningkatan jumlah produk yang dihasilkan oleh mitra (meningkat 1,5 kali lipat, menjadi 35-40 Pcs/bulan)
Aspek Sosial Kemasyarakatan	<ol style="list-style-type: none"> Memberikan penyuluhan tentang reputasi bisnis Memberikan pelatihan tentang <i>branding</i> produk Melakukan evaluasi tentang kedarasan mitra mengenai reputasi bisnis dan <i>branding</i> yang dihasilkan 	<ol style="list-style-type: none"> Berkolaborasi dalam pelaksanaan penyuluhan dan pelatihan mengenai reputasi bisnis Ikut terlibat dalam proses evaluasi dari hasil pelaksanaan kegiatan pada aspek sosial kemasyarakatan 	<ol style="list-style-type: none"> Melihat peningkatan kesadaran mitra tentang reputasi bisnis (Meningkat 50%) Melihat Melihat ada/tidaknya proses <i>branding</i> yang dilakukan oleh mitra (logo, <i>tagline</i> dan media <i>branding</i>)
Aspek Pemasaran	<ol style="list-style-type: none"> Memberikan pendampingan dalam proses <i>branding</i> produk seperti penyusunan logo, <i>tagline</i> dan media <i>branding</i> Melakukan evaluasi terkait dengan jumlah permintaan konsumen pasca pendampingan 	<ol style="list-style-type: none"> Berkolaborasi dalam pelaksanaan pelatihan <i>branding</i> produk Mendemostrasikan langsung proses <i>branding</i> termasuk dalam menyusun logo, <i>tagline</i> dan media <i>branding</i> Ikut terlibat dalam proses evaluasi dari hasil pelaksanaan kegiatan pada aspek promosi 	<ol style="list-style-type: none"> Melihat peningkatan jumlah konsumen (meningkat 1,5 kali lipat) menjadi 35 pcs/bulan

Aspek Produksi

- 1) Memberikan pelatihan kepada mitra terkait dengan *Quality Control* pada proses produksi produknya. Hal ini penting dilakukan mengingat belum adanya kontrol terhadap kualitas mutu dari produk yang dihasilkan oleh mitra. Sehingga menyebabkan hasil produk yang berubah-ubah dan tidak sesuai standar. Untuk itu harapannya mitra dapat menerapkan *Quality Control* pada produksi produknya dengan indikator capaian sebesar 50% lebih produk yang dihasilkan sesuai dengan standar kualitas yang ditetapkan. Hal ini merupakan target yang realistis mengingat sebelumnya belum ada kontrol sama sekali terkait dengan mutu produk yang dihasilkan oleh mitra;
- 2) Mitra diberikan pelatihan pengembangan inovasi produk, agar produk daur ulang ban bekas yang dihasilkan tidak monoton yang lebih kreatif lagi, sehingga konsumen punya banyak alternatif pilihan. Untuk itu indikator capaian yaitu bertambahnya 2 jenis varian produk yang dihasilkan oleh mitra dari yang sebelumnya hanya ada 2 varian produk

menjadi 4 varian produk.. Target tersebut dapat dianggap sebagai hal yang realistis karena untuk menciptakan varian produk baru mitra perlu beradaptasi dan perlu penyesuaian untuk dapat membuat varian jenis produk yang baru;

- 3) Mitra juga akan diberikan teknologi sekaligus pelatihan untuk penggunaan alat cetakan plong ban untuk mengontrol pembuatan lubang pada ban, tatakan ban bergerak dan alat pemindah ban, agar dapat memudahkan operasional. Teknologi sederhana yang ditawarkan pengusul kepada mitra diharapkan mampu mendukung tumbuhnya kemandirian ekonomi bagi pelaku difabel yang juga merupakan seorang pekerja (Fildzahun *et al.*, 2023). Untuk itu indikator capaiannya adalah jumlah produksi mitra naik 1,5 kali lipat dari yang sebelumnya 20-25 pcs/bulan menjadi 35-40 Pcs/bulan. Target ini dianggap realistis mengingatkan keterbatasan fisik yang dimiliki oleh mitra dan proses adaptasi dari penggunaan teknologi untuk produksi.

Aspek Sosial Kemasyarakatan

- 1) Memberikan penyuluhan tentang reputasi bisnis. Sehingga mitra mempunyai wawasan bahwa semua orang termasuk kelompok difabel juga berhak untuk mendapatkan kemandirian ekonomi. Untuk itu indikator target capaiannya adalah meningkatnya kesadaran mitra tentang reputasi bisnis sebesar 50% dari rekayasa sosial yang dilakukan;
- 2) Memberikan pelatihan tentang *branding* produk, di mana mitra akan diberikan pelatihan mengenai proses dalam melakukan *branding* produk. Sehingga nantinya akan ada bentuk aktivitas *branding* produk yang dilakukan oleh mitra. Untuk itu indikator target capaiannya adalah adanya logo, *tagline* dan media *branding* (*X-Banner* dan *Poster*) pada produk mitra.

Pada Aspek Pemasaran

Memberikan pendampingan dalam proses *branding* produk. Mengapa ini dilakukan, karena dari hasil penelitian yang sudah dilakukan oleh pengusul menunjukkan bahwa *branding* tersebut akan melahirkan kesan yang baik dan salah satu *branding* yang baik adalah dengan menerapkan manajemen impresi (Romadhan, 2021). Hal ini dilakukan agar mitra mempunyai *branding* dalam usahanya sehingga meningkatkan permintaan dari konsumen. Dengan adanya *branding* tersebut maka konsumen akan lebih mudah mengenali produk yang dihasilkan oleh mitra. Sehingga secara tidak langsung komunikasi melalui *branding* kepada publik tersebut digunakan untuk mengelola impresi publik terhadap apa yang ingin dicapai (Romadhan, 2019). Adapun target capaiannya adalah jumlah permintaan konsumen naik sebanyak 1,5 kali lipat dari yang sebelumnya 20pcs/bulan menjadi 35pcs/bulan. Metode pelaksanaan disusun sedemikian detail, karena tahap perencanaan merupakan tahapan yang menentukan keberhasilan suatu program, karena pada tahap perencanaan inilah yang menentukan besaran biaya, lamanya waktu penyelesaian, sampai alokasi sumber daya manusia, material dalam setiap rangkaian aktivitas penyelesaian (Khoiroh, 2018). Dan tahap evaluasi merupakan tahap penentu mengenai program-program yang telah dilakukan sehingga perlu adanya monitoring dimulai pada kualitas produk inovasi yang dihasilkan karena adanya capaian *branding* hingga pada peningkatan kinerja para pekerja difabel (Kusnadi, 2022)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program PKM ini berfokus pada tiga aspek, yaitu aspek produksi, sosial kemasyarakatan dan pemasaran, di mana di dalam tiga aspek ini terdapat satu fokus kegiatan pada masing-masing aspek, yaitu :

- 1) Aspek pertama berfokus pada mutu hasil produksi produk daur ulang ban bekas menjadi terstandar, memiliki tambahan inovasi jenis produk dan jumlah produksi yang meningkat;
- 2) Aspek kedua berfokus pada kesadaran akan reputasi bisnis;
- 3) Aspek ketiga berfokus pada *branding* produk mitra.

Pelaksanaan Kegiatan Pada Aspek Produksi

Pada setiap kegiatan pengabdian melakukan koordinasi bersama dengan mitra terkait dengan teknis pelaksanaannya. Adapun rincian kegiatan pada setiap tahapan pada tabel 4:

Tabel IV. Pelaksanaan kegiatan pelatihan penggunaan teknologi tepat guna.

Langkah/Tahapan	Prosedur Kerja	Pihak yang terlibat	Partisipasi Mitra
Pelatihan penggunaan teknologi cetakan plong ban untuk mengontrol pembuatan lubang pada ban, tatakan ban bergerak dan alat pemindah ban	Membangun situasi kekeluargaan dengan mitra, berdiskusi secara informal, memberikan pelatihan tentang penggunaan teknologi cetakan plong ban untuk mengontrol pembuatan lubang pada ban, tatakan ban bergerak dan alat pemindah ban	Tim Pelaksana dan Mitra	Menerima transfer skill terkait dengan penggunaan teknologi cetakan plong ban, tatakan ban bergerak dan alat pemindah ban
Pendampingan penggunaan teknologi cetakan plong ban untuk mengontrol pembuatan lubang pada ban, tatakan ban bergerak dan alat pemindah ban	Mendampingi mitra dalam menggunakan teknologi cetakan plong ban untuk mengontrol pembuatan lubang pada ban, tatakan ban bergerak dan alat pemindah ban	Tim Pelaksana dan Mitra	Mendemonstrasikan langsung penggunaan teknologi cetakan plong ban, tatakan ban bergerak dan alat pemindah ban

Pada kegiatan pertama, pengabdian melakukan kegiatan pelatihan penggunaan teknologi cetakan plong ban untuk mengontrol pembuatan lubang pada ban, tatakan ban bergerak dan alat pemindah ban dengan prosedur kerja pertama melakukan pengkondisian situasi dilapangan dengan maksud agar pelaksanaan program pengabdian yang dilakukan bersama mitra bisa berjalan harmonis, tidak kaku, saling memberikan support dan terbuka. Sehingga nantinya pelaksanaan program pengabdian yang dilakukan bersama tim pengabdian dengan mitra bisa lancar tanpa adanya hambatan berarti. Oleh karena itu prosedur kerja yang dilakukan pertama adalah dengan membangun situasi kekeluargaan dengan mitra. Selanjutnya pengabdian melakukan kegiatan pelatihan penggunaan sekaligus memberikan teknologi cetakan plong ban untuk mengontrol pembuatan lubang pada ban, tatakan ban bergerak dan alat pemindah ban. Hal ini dilakukan untuk dapat mempermudah mitra dapat memproduksi produk kursi dan meja dari daur ulang ban bekas. Sehingga produk yang dihasilkan dapat meningkat secara kualitas maupun kuantitasnya. Berikut adalah dokumentasi foto kegiatan pelatihan penggunaan teknologi cetakan plong ban untuk mengontrol pembuatan lubang pada ban, tatakan ban bergerak dan alat pemindah ban yang tergambar pada gambar 2 :



Gambar 2. Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan dan Pendampingan Teknologi Tepat Guna.

Hasil dari kegiatan pelatihan penggunaan teknologi cetakan plong ban untuk mengontrol pembuatan lubang pada ban, tatakan ban bergerak dan alat pemindah ban pada kelompok difabel "baraka" menghasilkan beberapa hal positif yang dapat diperoleh oleh mitra, terutama berkaitan dengan aspek produksi yaitu pada tabel 5 :

Tabel V. Hasil Pelaksanaan kegiatan pelatihan penggunaan teknologi tepat guna.

Permasalahan Mitra	Penyelesaian yang dilakukan	Manfaat yang diterima Mitra
Kualitas mutu produk yang dihasilkan masih belum terkontrol, karena Operasional produksi barang masih manual (belum menggunakan teknologi yang dapat mendukung kerjanya kelompok difabel tunadaksa)	Memberikan pelatihan tentang penggunaan teknologi cetakan plong ban untuk mengontrol pembuatan lubang pada ban, tatakan ban bergerak dan alat pemindah ban	Mitra dapat lebih efektif dan efisien ketika memproduksi produk daur ulang ban, karena ada penggunaan teknologi tepat guna untuk mendukung kegiatan produksi

Sedangkan hasil pelaksanaan kegiatan pada penyelesaian permasalahan mitra pada aspek produksi selain manfaat yang diterima oleh mitra berdasarkan indikator yang sudah tim pengabdian tentukan. Hasilnya tampak pada tabel 6 :

Tabel VI. Hasil pelaksanaan kegiatan berdasarkan indikator capaian.

Target capaian	Capaian	Keterangan
Sebesar 50% lebih produk yang dihasilkan mitra mutunya sesuai dengan standar kualitas yang ditetapkan	Produk yang dihasilkan setelah pelatihan dan pemberian alat mutu produk yang dihasilkan mitra dari 10 produk yang telah dihasilkan dapat lebih terukur terkait dengan kualitas dan waktu pengerjaannya	Produk yang dihasilkan mitra sudah mulai dapat terstandar terkait dengan kualitas dan kuantitas produk yang dihasilkan
Tambahan varian jenis produk yang dihasilkan mitra (bertambah 2 jenis varian menjadi 4 jenis)	Produk yang dihasilkan untuk varian produk kursi bertambah menjadi varian small dan large, dari yang sebelumnya hanya ada varian medium saja dan varian meja.	Varian produk yang dihasilkan mitra bertambah menjadi 4 varian karena adanya mesin cetak plong ban yang tersedia sampai dengan 3 ukuran, sehingga memudahkan mitra untuk memproduksi produknya
Peningkatan jumlah produk yang dihasilkan oleh mitra (meningkat 1,5 kali lipat, menjadi 35-40 Pcs/bulan	Produk yang dihasilkan mitra dalam 1 minggu terakhir mampu membuat 10 produk, maka jika dalam sebulan jika di rata-rata akan dapat menghasilkan sekitar 40 produk	Produk yang dihasilkan dapat memenuhi yang ditargetkan, karena semenjak adanya alat yang diberikan memudahkan mitra dalam proses produksi produknya

Berdasarkan hasil tersebut, maka hasil yang dicapai pada aspek produk sesuai dengan indikator capaian yang diharapkan dapat dikatakan berhasil, karena memenuhi semua indikator yang ditargetkan dengan rincian produk yang dihasilkan mutunya dapat lebih terstandar baik secara kualitas maupun kuantitas, produk yang dihasilkan juga bertambah menjadi 4 varian produk dan yang terakhir kapasitas produksi yang meningkat rata-rata 40 buah per bulan. Adapun foto produknya adalah pada gambar 3:



Gambar 3. Hasil Produksi Produk Mitra.

Pelaksanaan Kegiatan Pada Aspek Sosial Kemasyarakatan

Pada pelaksanaan aspek sosial kemasyarakatan berfokus pada peningkatan kognitif dari mitra terkait dengan kesadaran reputasi bisnis dan ketrampilan *branding*. Adapun rincian kegiatan pada setiap tahapan dijelaskan pada tabel 7 :

Tabel VII. Pelaksanaan kegiatan penyuluhan tentang kemandirian ekonomi dan pelatihan tentang *branding* produk.

Langkah/Tahapan	Prosedur Kerja	Pihak yang terlibat	Partisipasi Mitra
Memberikan penyuluhan tentang reputasi bisnis dan pelatihan tentang <i>branding</i> produk	Mengundang mitra untuk berkolaborasi dalam bentuk penyuluhan dan pelatihan	Tim Pelaksana dan Mitra	Berdiskusi secara interaktif dengan tim pengabdian terkait dengan reputasi bisnis dan <i>branding</i> produk

Pada kegiatan aspek sosial kemasyarakatan, pengabdian melakukan kegiatan penyuluhan tentang kemandirian ekonomi dan pelatihan tentang *branding* produk, harapannya setelah adanya kegiatan tersebut mitra bisa lebih percaya diri dan mampu untuk membranding produknya secara mandiri ditandai dengan adanya logo, *tagline*, media *branding* dan lain sebagainya. Berikut adalah dokumentasi foto kegiatan penyuluhan tentang kemandirian ekonomi dan pelatihan tentang *branding* produk yang tertera pada gambar 4 :



Gambar 4. penyuluhan tentang inovasi produk, kemandirian ekonomi dan pelatihan tentang *branding* produk.

Hasil dari kegiatan penyuluhan tentang kemandirian ekonomi dan pelatihan tentang *branding* produk pada kelompok difabel "baraka" menghasilkan beberapa hal positif yang dapat diperoleh oleh mitra, terutama berkaitan dengan aspek sosial kemasyarakatan yang tergambar pada tabel 8 :

Tabel VIII. Hasil Pelaksanaan kegiatan penyuluhan tentang kemandirian ekonomi dan pelatihan tentang *branding* produk.

Permasalahan Mitra	Penyelesaian yang dilakukan	Manfaat yang diterima Mitra
Kurangnya dorongan untuk menciptakan reputasi bisnis	Memberikan penyuluhan tentang reputasi bisnis	Mitra dapat lebih percaya diri dalam membangun reputasi bisnis usahanya
Kurangnya kemampuan mitra dalam melakukan <i>branding</i> produk	Memberikan pelatihan tentang <i>branding</i> produk	Mitra dapat mengembangkan kegiatan <i>branding</i> dari usaha yang dilakukan

Sedangkan hasil pelaksanaan kegiatan pada penyelesaian permasalahan mitra pada aspek sosial kemasyarakatan selain manfaat yang diterima oleh mitra berdasarkan indikator yang sudah tim pengabdian tentukan. Hasilnya pada tabel 9 :

Tabel IX. Hasil pelaksanaan kegiatan berdasarkan indikator capaian.

Target capaian	Capaian	Keterangan
Meningkatnya kesadaran mitra tentang reputasi bisnis sebesar 50%	Hasil rekayasa sosial yang dilakukan terjadi peningkatan dari yang sebelumnya skornya 77 menjadi 185	Kesadaran tentang reputasi bisnis meningkat
Adanya logo, <i>tagline</i> dan media <i>branding</i> (X-Banner dan Poster) pada produk mitra	Adanya logo Baraka Furniture dan juga <i>tagline</i> nya yaitu "Pengrajin Ban Bekas, Kualitas Teruji"	Mitra memiliki logo dan <i>tagline</i> untuk dapat memperkuat <i>branding</i> dari produk yang dihasilkan

Terkait dengan pelaksanaan kegiatan penyuluhan tentang kemandirian ekonomi dan pelatihan tentang *branding* produk pada kelompok difabel “baraka” dilakukan *pre-test* dan *post-test* untuk mengetahui perubahan yang terjadi pada mitra terkait dengan sebelum dan sesudah pelaksanaan kegiatan penyuluhan. Adapun hasil dari *pre-test*nya ada pada tabel 10 :

Tabel X. Hasil *Pre-test* terkait dengan pemahaman mitra mengenai kemandirian ekonomi dan *branding* produk

No. Responden	No. Item Soal					Total Skor
1	2	1	2	1	2	8
2	2	1	2	1	1	7
3	1	1	2	2	1	7
4	1	1	2	1	2	7
5	2	2	2	2	2	10
6	1	2	2	1	2	8
7	2	1	1	2	1	7
8	1	1	2	2	2	8
9	2	2	2	1	1	8
10	1	2	2	1	1	7
						77

Sumber : Olahan Pengabdi.

Berdasarkan tabel di atas, pada setiap jawaban yang didapat dari peserta penyuluhan tentang reputasi bisnis dan pelatihan tentang *branding* produk, di mana dari empat pilihan jawaban yang diberikan, jawaban A merupakan jawaban positif dengan skor 4 sampai dengan D yang merupakan jawaban negatif dengan skor 1. Dari rentang skor 50-99 Kurang Baik, 100-149 Cukup Baik, 150-175 Baik, 176-200 Sangat Baik. Maka untuk hasil *pre-test* dengan total skor 77 dari peserta program pengabdian dianggap hasilnya kurang baik. Artinya mitra masih belum memiliki kesadaran dan ketrampilan terkait reputasi bisnis dan ketrampilan *branding*. Sedangkan setelah dilakukannya penyuluhan tentang reputasi bisnis dan pelatihan tentang *branding* produk, hasil *post-test*nya mengalami peningkatan yang ditunjukkan pada tabel 11 :

Tabel XI. Hasil *Post-test* terkait dengan pemahaman mitra mengenai kemandirian ekonomi dan *branding* produk

No. Responden	No. Item Soal					Total Skor
1	4	4	4	3	4	19
2	4	3	3	4	4	18
3	4	3	3	4	4	18
4	4	4	3	4	4	19
5	4	4	3	4	4	19
6	4	4	3	4	4	19
7	4	4	3	4	3	18
8	4	4	4	3	3	18
9	4	4	4	3	3	18
10	4	4	4	4	3	19
						185

Sumber: Olahan Pengabdi.

Dari hasil *post-test* dengan total skor 185 dari peserta program pengabdian dianggap hasilnya sangat baik. Artinya mitra mulai memiliki kesadaran dan ketrampilan terkait kemandirian ekonomi dan *branding* produk dalam kegiatan usahanya dari hasil penyuluhan dan pelatihan yang telah dilakukan oleh tim pengabdi.

Pelaksanaan Kegiatan Pada Aspek Pemasaran

Pada pelaksanaan aspek pemasaran berfokus pada pendampingan proses *branding* pada mitra seperti proses membuat logo, membuat *tagline* sampai dengan membuat media *branding*. Adapun rincian kegiatan pada setiap tahapan ada pada tabel 12 :

Tabel XII. Pelaksanaan kegiatan pendampingan proses *branding* produk.

Langkah/Tahapan	Prosedur Kerja	Pihak yang terlibat	Partisipasi Mitra
Memberikan pendampingan dalam proses <i>branding</i> produk seperti penyusunan logo, <i>tagline</i> dan media <i>branding</i>	Bersama-sama dengan mitra untuk berkolaborasi dalam proses kegiatan <i>branding</i>	Tim Pelaksana dan Mitra	Berdiskusi secara interaktif tentang proses produksi logo, <i>tagline</i> dan media <i>branding</i>

Sumber: Olahan Pengabdian.

Pada kegiatan aspek pemasaran, pengabdian melakukan kegiatan pendampingan dalam proses *branding* produk seperti penyusunan logo, *tagline* dan media *branding*, harapannya setelah adanya kegiatan tersebut produk yang dihasilkan mitra bisa lebih dikenal oleh konsumennya. Pada aspek ini tim pengabdian melakukan kegiatan penyuluhan tentang pendampingan dalam proses *branding* produk seperti penyusunan logo, *tagline* dan media *branding*. Tujuan pemasaran ini yakni untuk komersialisasi produk-produk yang diproduksi oleh kelompok difabel Baraka (Khoiroh, 2017).



Gambar 5. Pendampingan dalam proses *branding* produk.

Proses *branding* yang diterapkan tidak hanya secara *offline* melainkan *online*. Memanfaatkan media sosial, melalui *instagram* dan *Whatsapp Business* bertujuan untuk memperluas pasar sekaligus memperkenalkan produk. Pada *Instagram* kelompok difabel "Baraka" bisa memanfaatkan ragam fitur seperti *hashtags* dan mencantumkan kontak, email melalui fitur biografi sehingga pengguna *instagram* dapat terhubung langsung dengan berbagai saluran guna pemesanan *online* (Romadhan *et al.*, 2021). Hasil dari kegiatan pendampingan dalam proses *branding* produk seperti penyusunan logo, *tagline* dan media *branding* pada kelompok difabel "baraka" menghasilkan beberapa hal positif yang dapat diperoleh oleh mitra, terutama berkaitan dengan aspek pemasaran yang tergambar pada tabel 13:

Tabel XIII. Hasil Pelaksanaan kegiatan pendampingan dalam proses *branding* produk.

Permasalahan Mitra	Penyelesaian yang dilakukan	Manfaat yang diterima Mitra
Kurangnya kegiatan <i>branding</i> yang dilakukan oleh kelompok Difabel "Baraka"	Memberikan pendampingan dalam proses <i>branding</i> produk	Mitra dapat lebih mengenalkan produknya ke konsumen dengan <i>branding</i> yang telah dilakukan

Sumber: Olahan tim pengabdian.

Sedangkan hasil pelaksanaan kegiatan pendampingan dalam proses *branding* produk pada penyelesaian permasalahan mitra pada aspek pemasaran selain manfaat yang diterima oleh mitra berdasarkan indikator yang sudah tim pengabdian tentukan. Hasilnya tampak pada tabel 14 :

Tabel XIV. Hasil pelaksanaan kegiatan berdasarkan indikator capaian.

Target capaian	Capaian	Keterangan
Jumlah permintaan konsumen naik 1,5 kali lipat dari sebelumnya menjadi 35pcs/bulan	Pada dasarnya produk yang terjual sama dengan produk yang dihasilkan, karena baraka furniture ini baru memproduksi setelah ada pesanan masuk, sehingga hasilnya sama yaitu 10 produk permintaan konsumen dalam 1 minggu terakhir setelah adanya pendampingan	Permintaan konsumen pada mitra dalam 1 minggu terakhir adalah 10 produk, maka jika dalam sebulan jika di rata-rata akan dapat menghasilkan sekitar 40 produk

Berdasarkan hasil tersebut, maka hasil yang dicapai pada aspek pemasaran sesuai dengan indikator capaian yang diharapkan dapat dikatakan telah memenuhi, karena memenuhi capaian indikator yang ditargetkan dengan yaitu permintaan konsumen bertambah menjadi 35Pcs /bulan. Hasil kegiatan PKM Pemberdayaan Kelompok Difabel Tuna Daksa “Baraka” melalui Inovasi Pengembangan Produk Daur Ulang Ban Bekas Guna Membangun Reputasi Bisnis Kelompok Difabel. Berdasarkan pada tiga aspek permasalahan yang ada pada mitra semuanya berhasil diselesaikan. Selain itu pada ketiga aspek prioritas permasalahan yang berupaya diselesaikan, terdapat kemajuan yang cukup baik dari sebelum pelaksanaan program sampai dengan ketika selesai pelaksanaan program. Pada aspek produksi, proses produksi yang dilakukan mitra menjadi lebih efektif dan efisien dibandingkan sebelum adanya pemanfaatan alat. Hal ini ditunjukkan dengan meningkatkan kecepatan waktu produksi dari yang sebelumnya dalam waktu sebulan memproduksi kisaran 20-25 pcs, maka setelah menggunakan alat menjadi kisaran 40 pcs / bulan. Selain itu dengan menggunakan bantuan alat, maka kualitas dan mutu produk yang dihasilkan lebih dapat terukur dan terstandarisasi.

Pada aspek kedua yaitu sosial kemasyarakatan ketrampilan dan kemampuan mitra dalam membangun reputasi melalui saluran-saluran komunikasi dapat dikatakan meningkat pesat. Hal ini ditandai dengan mitra kini sudah memiliki ketrampilan dan kemampuan untuk membuat sistem komunikasi pemasaran yang terintegrasi antara satu saluran komunikasi dengan saluran lainnya dalam bentuk sistem *linktree*. Hal tersebut menjadi tanda bahwa sebenarnya kelompok baraka ini mampu bisa mengembangkan usahanya asalkan ada yang membantu membimbing dan memberikan pendampingan. Pada aspek ketiga yaitu pemasaran, dari lanjutan hasil pada aspek kedua ternyata sangat berdampak pada implementasi komunikasi pemasarannya. Mitra mulai memikirkan bagaimana menggunakan media-media *branding* baik untuk media luring maupun daring. Pada media daring mereka mampu mengintegrasikan semua saluran komunikasi yang mereka miliki dalam bentuk *linktree* sekaligus yang menetapkan *layout* dan *copy writing* untuk pesan produknya. Sedangkan untuk media luring mitra juga sudah dapat menetapkan media apa yang mereka gunakan seperti misalnya *Giant Banner*, *Roll Banner* dan lain sebagainya. Hasilnya dulu yang produknya belum cukup dikenal dengan menggunakan media-media ini maka reputasi produk dari kelompok baraka ini juga menjadi dikenal oleh konsumen.

KESIMPULAN

Hasil pelaksanaan kegiatan PKM Pemberdayaan Kelompok Difabel Tuna Daksa “Baraka” dalam Membangun Reputasi Bisnis Kelompok Difabel memberikan catatan bahwa kelompok-kelompok yang selama ini dianggap kurang mampu bersaing dalam dunia usaha maupun bisnis ternyata dapat membalikkan segala stigma yang ada tentang mereka. Mereka hanya membutuhkan pendampingan dan sedikit kepercayaan untuk dapat bersaing dalam dunia bisnis.

Nyatanya kelompok Baraka mampu untuk didorong membangun reputasi bisnisnya menjadi lebih baik lagi. Mereka dapat berinovasi, dapat berkembang dan kompetitif dalam membangun bisnis. Hal ini menunjukkan bahwa kelompok difabel juga bisa berkarya dan setara dalam hal apapun termasuk dalam dunia usaha dan bisnis. Dan ini menunjukkan bahwa pengabdian yang dilakukan oleh tim pengabdian terbukti memberikan manfaat dan dapat dikembangkan ke dalam pendamping-pendampingan berikutnya dalam isu yang sama.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih pengabdian diberikan kepada pihak-pihak yang berperan dalam membantu dalam proses pelaksanaan pengabdian ini baik mulai dari persiapan proposal sampai dengan laporan pelaksanaan. Untuk itu pengabdian ucapkan terima kasih kepada Bu Pinky selaku ketua umum BK3S Provinsi Jawa timur dan juga mbak Yeyen yang membantu dalam proses pemetaan kelompok yang diprioritaskan untuk mendapatkan pemberdayaan. Selanjutnya dari KemendikbudRistek yang telah memberikan bantuan dana tahun anggaran 2024 dalam Program Hibah DRTPM PKM kepada tim pengabdian. Selain itu kepada rekan kerja dosen dan mahasiswa yang juga banyak membantu dalam proses pelaksanaan program ini. Dan juga tak lupa juga kepada mitra kelompok Baraka yang dikomandoi oleh Pak Suwuto yang telah mau berkolaborasi dalam menuntaskan permasalahan yang ada sekaligus menyukseskan program pengabdian ini.

REFERENSI

- Ayu, H. D., Anggraini, H., & Jufriadi, A. (2023). Terapi Disabilitas Anak Berkebutuhan Khusus Pendidikan Anak Usia Dini dengan Eksperimen Berbasis Sains. *Jurnal Pengabdian Masyarakat (ABDIRA)*, 3(2), 48–54. <https://doi.org/10.31004/abdira.v3i2.333>
- Fildzahun, H., Kusnadi, N., Cahyo, B., Adhi, S., & Fadlilah, A. N. (2023). *Pengembangan DigitalCommunication pada Kelompok Kesenian di Desa Paberasan Kabupaten Sumenep Madura*. 5(1). <https://proceeding.unram.ac.id/index.php/semnaskom/article/view/777>
- Hajidah Fildzahun Nadhilah Kusnadi. (2022). Discourse of Women's Body Construction in Advertising and Promotion Lovely Nia and Alitaren. *Jurnal Spektrum Komunikasi*, 10(4), 321–329. <https://doi.org/10.37826/spektrum.v10i4.367>
- Khoiroh, S. M. (2017). Optimalisasi Pengembangan Kampung Industri Batik Tulis Daerah Berdasarkan Mapping Value Chain. Seminar Dan Konferensi Nasional IDEC 2017, 125–140. https://idec.ft.uns.ac.id/wp-content/uploads/2017/11/Prosiding2017_ID025.pdf
- Khoiroh, S. M. (2018). Mengoptimalkan Crashing Project Pemasangan Saluran Rumah Di Perumahan X Dengan Pendekatan Cpm-Pert. *Heuristic*, 15(01), 39–48. <https://doi.org/10.30996/he.v15i01.1518>
- Kusnadi, H. F. N. (2022). Optimalisasi Produksi Konten Video Kreatif Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Kampung Adat Segunung Carangwulung Jombang. Nusanantara: *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(8.5.2017), 2003–2005. <https://doi.org/10.33379/tepiswiring.v2i1.1903>
- Lintang Citra Christiani, Ikasari, P. N., & Nisa, F. K. (2020). Pengembangan Kemandirian Kelompok Difabel Melalui Pemanfaatan Pemasaran Digital di Kota Magelang. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 276–286. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v5i2.4650>
- Muhimatul Khoiroh, S., Herlina, H., & Insan Romadhan, M. (2021). Kewirausahaan produk olahan susu dan durian untuk pengembangan ekonomi kreatif desa Wonomerto Jombang. *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 135–142. <https://doi.org/10.35912/yumary.v1i3.190>

- Rahayu, S. M., Anjarwi, A. W., Anggoro, D. D., & Alfandia, N. S. (2024). Pendampingan Digital Marketing bagi UMKM di Desa Wisata Bumiaji. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, *9*(4), 629–639. <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v9i4.6314>
- Romadhan, M. I. (2018). Tren's Personal Branding Youtuber Indonesia. *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi*, *1*(2), 33. <https://doi.org/10.23969/linimasa.v1i2.1080>
- Romadhan, M. I. (2019). Festival Sebagai Media Komunikasi Dalam Membangun Citra Destinasi Wisata Budaya Di Sumenep. *Destinesia: Jurnal Hospitaliti Dan Pariwisata*, *1*(1), 1–10. <https://doi.org/10.31334/jd.v1i1.549>
- Romadhan, M. I. (2021). MANAJEMEN KESAN DISPARBUDPORA SUMENEP DALAM MEMBANGUN CITRA DESTINASI WISATA. *Pikom (Penelitian Komunikasi Dan Pembangunan)*, *22*(1), 103–118. <https://dx.doi.org/10.31346/jpikom.v22i1.2875>
- Romadhan, M. I., Rizqi, M., & Ferdiawati, A. (2021). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Eksistensi Bagi Pegiat Seni Lettering. *Mediasi*, *2*(1), 31–40. <https://doi.org/10.46961/mediasi.v2i1.253>
- Sarie, R. F., Hariyanto, K., & Putra, A. P. (2023). PKM Economic Recovery in MSMEs Coffe Shop Neira Green Economy Perspective. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, *8*(6), 902–910. <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v8i6.5614>
- Sofi'i, Y. K., Sudarman, S., & Nugroho, W. S. (2024). Peningkatan Daya Saing UMKM Mimi Roti melalui Penerapan Teknologi Pengemasan dan Pemasaran Digital. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, *9*(5), 906–911. <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v9i5.6665>