Copyright © 2026 pada penulis
***Madaniya*, Vol. 7, No. 4, November 2026**

Pembuatan Website Katalog Produk sebagai Sarana Pemasaran Digital Wirausaha Penyandang Disabilitas

Pristi Sukmasetya [1]*, Prihatin Dwihantoro [2], Ika Arthalia [3], Aldania Ginanjar Saputro [4], Bhagas Aji Pambudi [5], Herfian Rahman Dhika [6], Mukhamad Niamaskur [7], Yongki Pangestiaji [8]

[1, 2, 4, 5, 6, 7, 8] Universitas Muhammadiyah Magelang
[3] Universitas Muhammadiyah Metro

* pristisukmasetya@unimma.ac.id

Abstrak

Pelaku usaha penyandang disabilitas membutuhkan sarana untuk menyajikan produk secara digital dan mudah diperbarui. Kegiatan pengabdian ini bertujuan menyediakan website katalog produk bagi Paguyuban Difabel Warsamundung di Kabupaten Magelang. Pelaksanaan mencakup koordinasi kebutuhan mitra, penyiapan website, pengambilan foto produk, dan pendampingan pengunggahan produk. Tiga pelaku usaha yang bersedia mengikuti pendampingan memiliki produk pot sabut kelapa, bibit ikan gurame, serta suvenir dan boneka rajut. Bahan pelaporan berupa uraian pelaksanaan dan tangkapan layar website yang ditelaah secara deskriptif. Luaran yang terdokumentasi adalah satu website dengan identitas komunitas, halaman toko, tampilan foto produk, navigasi, serta elemen pencarian dan pengurutan. Website menyediakan sarana awal penyajian produk komunitas dalam satu kanal. Bukti yang tersedia belum mencakup pengujian fungsi, aksesibilitas, kemudahan penggunaan, atau dampak penjualan. Pengembangan berikutnya perlu memprioritaskan kelengkapan informasi produk, kejelasan pengelolaan, dan evaluasi bersama pengguna. Kegiatan ini memberikan pengalaman penyediaan katalog web sebagai bagian dari dukungan pemasaran digital bagi wirausaha penyandang disabilitas.

Kata Kunci: *website katalog produk, pemasaran digital, penyandang disabilitas, kewirausahaan inklusif, pengabdian masyarakat*

Pendahuluan

Kewirausahaan merupakan salah satu pilihan partisipasi ekonomi bagi penyandang disabilitas yang memiliki minat dan sumber daya untuk menjalankan usaha. Dukungan terhadap pilihan ini perlu memperhatikan keterampilan, akses informasi, dan lingkungan usaha. Balcazar et al. (2023) mengidentifikasi dukungan sosial, pendampingan, dan akses sumber daya sebagai faktor yang membantu proses kewirausahaan penyandang disabilitas. OECD dan European Commission (2023) juga menekankan pentingnya dukungan yang disesuaikan dengan hambatan pelaku usaha. Penyediaan teknologi dalam kegiatan pengabdian perlu ditempatkan sebagai bagian dari dukungan tersebut.

Pelaku usaha yang telah menghasilkan produk memerlukan cara untuk memperkenalkan hasil usahanya kepada calon pembeli. Website katalog dapat digunakan untuk menempatkan identitas komunitas dan penyajian produk pada satu alamat web. Dalam kajian pemasaran digital pada usaha berbasis komunitas, Tran et al. (2024) membahas website sebagai salah satu perangkat yang digunakan untuk mendukung kegiatan pemasaran. Nilai praktis penyediaan website terletak pada keterhubungan antara kebutuhan informasi usaha, konten produk, dan kemampuan pengelolanya untuk melakukan pembaruan.

Ketersediaan website perlu dibedakan dari manfaat ekonomi yang telah terukur. Sari et al. (2025) mengkaji hubungan akses digital, pelatihan, dan hasil pasar kerja penyandang disabilitas di Indonesia. Kajian Celestino et al. (2024) menghubungkan pembahasan disabilitas dan pemasaran dengan partisipasi serta inklusi dalam pasar. Kedua sumber tersebut memberikan alasan untuk memperhatikan kualitas akses dan penggunaan teknologi, tetapi tidak menjadikan keberadaan sebuah website sebagai bukti peningkatan pendapatan. Pada tahap awal, pelaporan perlu menunjukkan apa yang dibuat dan bagaimana kaitannya dengan kebutuhan mitra.

Penggunaan website juga memerlukan dukungan pembelajaran yang sesuai. Tiasakul et al. (2024) membahas penyesuaian pelatihan kewirausahaan terhadap kebutuhan individu dan aksesibilitas fisik maupun digital. Dalam konteks kemitraan perguruan tinggi, O'Brien dan Cooney (2025) menjelaskan pentingnya pengembangan pendidikan kewirausahaan inklusif bersama komunitas lokal. Implikasinya bagi pengabdian adalah menghubungkan penyiapan sarana dengan pengenalan cara mengelola konten, tanpa menganggap semua peserta memiliki pengalaman menggunakan teknologi yang sama.

Paguyuban Difabel Warsamundung memiliki sekretariat di Desa Ngablak, Kecamatan Srumbung, Kabupaten Magelang. Koordinasi dengan pengelola komunitas menunjukkan adanya potensi usaha anggota, tetapi pengembangan pemasarannya masih menjadi kebutuhan. Pendampingan melibatkan usaha pot sabut kelapa, pembibitan ikan gurame, serta suvenir dan boneka rajut. Kebutuhan pemasaran digital bagi penyandang disabilitas sebelumnya telah diidentifikasi oleh Aprilia et al. (2019). Pengabdian Christiani et al. (2021) di Kota Magelang juga menjadi pembanding mengenai dukungan pemasaran digital bagi kelompok difabel. Fokus artikel ini terletak pada penyediaan website katalog untuk mitra di Kabupaten Magelang, termasuk penyajian produk dan kebutuhan pengelolaannya.

Kegiatan ini bertujuan menyediakan website katalog produk sebagai sarana awal pemasaran digital bagi anggota Paguyuban Warsamundung. Artikel menguraikan kebutuhan mitra, rangkaian penyiapan website dan kontennya, serta komponen antarmuka yang terdokumentasi. Kontribusi yang disajikan berupa pengalaman penerapan katalog web pada konteks usaha komunitas dan kebutuhan evaluasi untuk pengembangannya.

Metode Pelaksanaan

Kegiatan dilaksanakan berkolaborasi bersama mitra Paguyuban Difabel Warsamundung yang berkedudukan di Desa Ngablak, Kecamatan Srumbung, Kabupaten Magelang. Koordinasi dilakukan bersama pengelola komunitas untuk mengenali potensi

produk dan kebutuhan pengembangan pemasaran. Pendampingan langsung melibatkan tiga pelaku usaha yang bersedia mengikuti kegiatan. Ketiganya merupakan peserta pendampingan yang terdokumentasi dan tidak mewakili seluruh anggota paguyuban.

***Tabel 1**. Produk usaha yang menjadi konteks penyiapan katalog*

Kode mitra	Jenis usaha	Produk untuk materi pendampingan
A	Kerajinan berbahan sabut kelapa	Pot tanaman
B	Pembibitan ikan	Bibit ikan gurame
C	Kerajinan rajut	Suvenir dan boneka rajut

Pelaksanaan dimulai dengan pembahasan kebutuhan bersama pengelola paguyuban. Tim memperoleh informasi mengenai usaha anggota dan persoalan pengembangan pemasaran. Hasil koordinasi menjadi dasar penyiapan sarana untuk memperkenalkan produk secara digital. Pengenalan teknologi komunikasi dilakukan secara daring melalui Zoom dalam konteks pembatasan pertemuan selama pandemi COVID-19. Pada cakupan artikel ini, kegiatan yang dilaporkan diarahkan pada penyiapan website dan konten produknya.

Tim menyiapkan website untuk menampilkan identitas komunitas dan produk usaha anggota. Penyiapan konten mencakup pengambilan foto produk sebagai materi penyajian pada website. Pendampingan diberikan mengenai cara mengambil foto dan mengunggah produk melalui website. Produk yang telah dimiliki peserta digunakan sebagai bahan pengenalan sehingga penyediaan sarana terkait dengan kegiatan usaha yang berjalan. Rangkaian yang dapat ditelusuri dalam pelaporan meliputi koordinasi kebutuhan, penyiapan website, penyiapan foto, dan pengenalan pengunggahan produk.

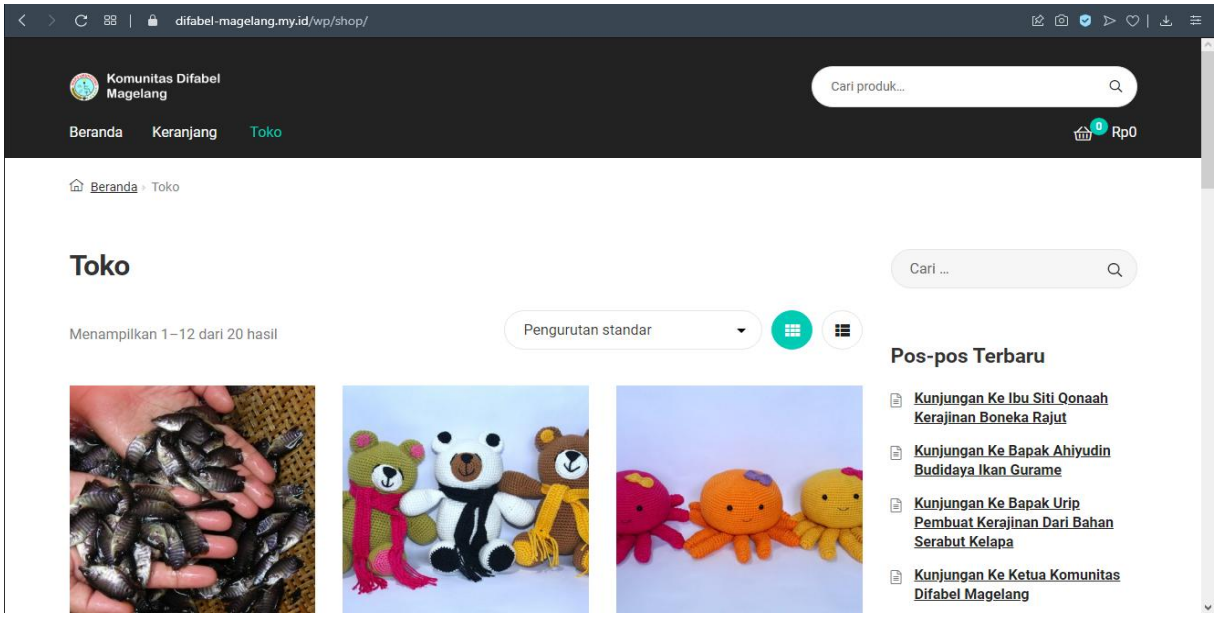
Hasil dan Pembahasan

Koordinasi dengan pengelola paguyuban mengidentifikasi bahwa anggota telah memiliki usaha yang dapat dijadikan titik awal penyediaan katalog. Keragaman produk mencakup kerajinan pot, produk pembibitan ikan, serta suvenir dan boneka rajut, karena kegiatan tidak dimulai dari pembentukan usaha baru, dukungan difokuskan pada sarana penyajian produk yang sudah dimiliki mitra. Website diposisikan sebagai tempat untuk memperkenalkan komunitas dan menampilkan produk tersebut.

Katalog komunitas memberikan konteks penyajian yang mempertemukan identitas mitra dengan hasil usahanya. Foto menjadi unsur penting karena memungkinkan calon pembaca mengenali bentuk produk sebelum memperoleh informasi lebih lanjut. Namun, kualitas informasi katalog tetap bergantung pada kelengkapan data yang menyertai setiap produk. Karena itu, penyediaan website perlu diikuti pengaturan mengenai siapa yang menyiapkan informasi dan siapa yang memperbaruinya. Hal ini menjadi kebutuhan pengelolaan yang timbul dari penggunaan katalog, bukan hasil evaluasi kemampuan peserta.

Luaran yang terdokumentasi adalah satu website komunitas. Tangkapan layar pada Gambar 1 memperlihatkan website dan halaman berjudul Toko. Pada bagian atas terlihat identitas Komunitas Difabel Magelang, menu navigasi, serta kolom pencarian produk.

Bagian utama menampilkan foto produk perikanan dan boneka rajut dalam susunan kisi. Dokumentasi juga memperlihatkan kontrol pengurutan dan pilihan tampilan. Unsur tersebut menunjukkan bahwa website telah memiliki antarmuka untuk menyajikan produk komunitas.



***Gambar 1**. Tampilan website katalog produk komunitas*

Halaman yang terdokumentasi memadukan identitas komunitas dan produk pada satu tampilan. Sisi kanan memuat tautan tulisan mengenai kunjungan kepada pelaku usaha. Keberadaan bagian tersebut dapat dibaca sebagai konteks informasi kegiatan komunitas, sedangkan area katalog menjadi pusat penyajian produk. Identifikasi lebih lanjut mengenai tampilan dilakukan untuk memperjelas unsur website yang menjadi luaran kegiatan. Tabel 2 memetakan komponen yang terlihat dan cakupan keterangannya. Pemetaan ini bersifat deskriptif atas dokumentasi, bukan daftar hasil pengujian fungsional.

***Tabel 2**. Komponen website yang terlihat dalam dokumentasi*

Komponen	Bukti pada tampilan	Keterangan
Identitas komunitas	Nama dan lambang Komunitas Difabel Magelang pada bagian atas	Memberi konteks pihak yang menaungi katalog
Navigasi	Menu Beranda, Keranjang, dan Toko	Menu terlihat; perpindahan halaman tidak diuji dalam pelaporan
Penyajian produk	Foto produk perikanan dan boneka rajut pada area utama	Mendukung keberadaan katalog visual pada halaman yang didokumentasikan
Pencarian	Kolom Cari produk dan kolom Cari	Elemen pencarian terlihat; ketepatan hasil pencarian belum dievaluasi
Pengurutan dan tampilan	Pengurutan standar serta ikon kisi dan daftar	Kontrol terlihat; perubahan urutan dan tampilan belum diuji
Informasi kegiatan	Daftar tulisan mengenai kunjungan kepada pelaku usaha	Menunjukkan tautan informasi pendukung komunitas

Pemetaan tersebut membantu mengarahkan pengembangan selanjutnya. Pada fungsi pencarian, misalnya, evaluasi dapat memeriksa apakah pengguna menemukan produk yang dimaksud dengan istilah yang mereka gunakan. Pada navigasi, evaluasi dapat memeriksa apakah pengunjung memahami perpindahan dari identitas komunitas menuju katalog. Kedua contoh tersebut merupakan usulan pemeriksaan berikutnya. Bukti kegiatan saat ini terbatas pada keberadaan antarmukanya.

Pendampingan foto dan pengunggahan produk menghubungkan pembuatan website dengan konten usaha peserta. Tim mengenalkan pengambilan gambar produk dan cara mengunggahnya melalui website. Hubungan ini penting karena katalog memerlukan materi yang berasal dari usaha mitra. Website yang telah dibuat perlu diisi dan diperbarui agar informasi produk dapat digunakan oleh calon pembeli. Kebutuhan pelatihan yang disesuaikan dengan pengalaman pengguna sejalan dengan pembahasan (Tiasakul et al., 2024).

Pembuatan website merupakan luaran teknologi yang perlu ditempatkan dalam hubungan dengan kebutuhan usaha. Tran et al. (2024) membahas penggunaan perangkat pemasaran digital dan hasilnya pada usaha berbasis komunitas. Pathak dan Kaur (2025) menempatkan kemampuan digital serta keterlibatan pemangku kepentingan sebagai bagian pembahasan digitalisasi kewirausahaan sosial. Pada kegiatan ini, keterhubungan tersebut terlihat pada penggunaan produk mitra sebagai materi katalog dan pengenalan cara pengunggahannya. Keberhasilan pemanfaatan berikutnya masih memerlukan dukungan pengelolaan.

Dari perspektif inklusi, keberadaan produk pada website perlu diikuti kesempatan bagi pelaku usaha untuk menentukan informasi tentang usahanya. Celestino et al. (2024) memperluas diskusi pemasaran dan disabilitas menuju partisipasi dalam pasar. O'Brien dan Cooney (2025) memberikan pembanding mengenai penyesuaian dukungan perguruan tinggi terhadap konteks komunitas. Implikasi bagi pengembangan katalog adalah melibatkan mitra dalam penentuan informasi produk dan pengaturan pembaruannya. Aspek partisipasi tersebut perlu dievaluasi secara langsung, sehingga tidak disamakan dengan keberadaan halaman web.

Studi Tiwari dan Sonwaney (2026) mengenai pengalaman wirausaha penyandang disabilitas di India menunjukkan relevansi pendampingan, dukungan sosial, dan paparan digital bersama hambatan yang masih dihadapi pelaku usaha. Sebagai pembanding, studi tersebut membantu menjelaskan mengapa penyediaan website perlu diikuti mekanisme bantuan yang dapat diteruskan. Perbedaan konteks dan rancangan penelitian membatasi pemindahan kesimpulannya ke mitra Warsamundung. Dampak ekonomi pada peserta kegiatan ini tetap perlu dinilai menggunakan data usahanya sendiri.

Aksesibilitas dan Keberlanjutan Pengelolaan Website

Aksesibilitas menjadi perhatian dalam pengembangan website untuk komunitas penyandang disabilitas. Untuk evaluasi lanjutan, Web Content Accessibility Guidelines 2.2 dapat menjadi acuan mengenai alternatif teks gambar, navigasi papan ketik, kontras, kejelasan label, dan pengoperasian antarmuka (World Wide Web Consortium, 2024). Panduan terbitan 2024 tersebut digunakan sebagai arah pengembangan setelah kegiatan. Website yang dibuat pada 2021 tidak dinyatakan telah diuji atau memenuhi panduan tersebut.

Pengelolaan lanjutan dapat dimulai dengan memastikan penanggung jawab konten dan pemulihan akses pengelola. Kelengkapan nama produk, informasi usaha, serta perubahan ketersediaan produk perlu diperiksa bersama mitra. Kegiatan berikutnya juga dapat mencatat keberhasilan tugas sederhana, seperti menemukan produk atau memperbarui informasi, berikut kendala dan bantuan yang diperlukan. Penilaian tersebut akan memperjelas apakah website dapat digunakan sesuai kebutuhan pengunjung dan pengelolanya.

Kebutuhan dukungan sumber daya dan pendampingan sejalan dengan temuan Balcazar et al. (2023), sedangkan hubungan akses digital dan hasil ekonomi yang dikaji Sari et al. (2025) menguatkan alasan untuk mengevaluasi pemanfaatan nyata. Bagi kegiatan pengabdian, keberlanjutan perlu dibaca melalui aktivitas pembaruan, kepemilikan akses, dan dukungan pemeliharaan. Ukuran tersebut dapat membantu membedakan keberadaan website dari penggunaan yang berlanjut setelah program berakhir.

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian pada Paguyuban Difabel Warsamundung menghasilkan satu website untuk menampilkan identitas komunitas dan produk usaha anggotanya. Penyiapan website disertai pengenalan foto dan pengunggahan produk dengan konteks usaha pot sabut kelapa, pembibitan ikan gurame, serta suvenir dan boneka rajut. Dokumentasi memperlihatkan halaman toko, penyajian foto produk, navigasi, serta elemen pencarian dan pengurutan. Luaran tersebut menyediakan sarana awal katalog produk berbasis web bagi komunitas. Dari kegiatan ini juga dapat diidentifikasi bahwa perlunya menghubungkan pembuatan website dengan penyiapan konten dan kapasitas pengelolanya. Evaluasi lanjutan perlu memprioritaskan fungsi, aksesibilitas, kemudahan penggunaan, dan keberlanjutan pembaruan bersama pengguna. Dampak terhadap jangkauan pemasaran atau penjualan belum dapat disimpulkan dari bukti yang tersedia.

Referensi

Aprilia, I. D., Permana, J., & Syarifah, L. S. (2019). Analisis kebutuhan pelatihan kewirausahaan: Sebuah upaya pengembangan kemandirian ekonomi bagi penyandang disabilitas. *Jurnal Penelitian Pendidikan, 19*(3), 356–365. https://doi.org/10.17509/jpp.v19i3.22329

Balcazar, F. E., Murthy, S., Gibbons, T. M., Sefandonakis, A., Renko, M., Parker Harris, S., & Caldwell, K. (2023). Supports and barriers that entrepreneurs with disabilities encounter when starting their businesses. *Rehabilitation Psychology, 68*(1), 91–101. https://doi.org/10.1037/rep0000479

Celestino, S., Garofano, A., Masiello, B., Izzo, F., & Bonetti, E. (2024). Disability and marketing: A bibliometric analysis and systematic literature review. *Italian Journal of Marketing, 2024*(3), 311–337. https://doi.org/10.1007/s43039-024-00098-3

Christiani, L. C., Ikasari, P. N., & Nisa, F. K. (2021). 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

O'Brien, E., & Cooney, T. M. (2025). Enhancing inclusive entrepreneurial activity through community engagement led by higher education institutions. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy, 19*(2), 177–201. https://doi.org/10.1108/JEC-10-2023-0189

OECD & European Commission. (2023). *The missing entrepreneurs 2023: Policies for inclusive entrepreneurship and self-employment*. OECD Publishing. https://doi.org/10.1787/230efc78-en

Pathak, S., & Kaur, A. (2025). Mapping the intersection of digitalization and social entrepreneurship: A systematic literature review using the TCCM framework. *Future Business Journal, 11*, Article 144. https://doi.org/10.1186/s43093-025-00565-z

Sari, P. M., Bachtiar, N., Ariyanto, E., & Putra, F. P. (2025). Digital inclusion and labor market outcomes for persons with disabilities in Indonesia: A comparative 3SLS study of entrepreneurial and non-entrepreneurial pathways. *Cogent Economics & Finance, 13*(1), Article 2559041. https://doi.org/10.1080/23322039.2025.2559041

Tiasakul, S., Abdulzaher, R., & Bazan, C. (2024). Accessibility of entrepreneurship training programs for individuals with disabilities: A literature review. *Administrative Sciences, 14*(8), Article 187. https://doi.org/10.3390/admsci14080187

Tiwari, H., & Sonwaney, V. (2026). Push or pull: A qualitative research of entrepreneurship journey for people with disabilities in India using interpretative phenomenological analysis (IPA). *Journal of Innovation and Entrepreneurship, 15*, Article 52. https://doi.org/10.1186/s13731-026-00685-y

Tran, T. T. S., Nemeth, N., & Sarker, M. S. I. (2024). Digital marketing in community-based enterprises: A systematic literature review and research agenda. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity, 10*(4), Article 100414. https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2024.100414

World Wide Web Consortium. (2024). *Web content accessibility guidelines (WCAG) 2.2*. https://www.w3.org/TR/2024/REC-WCAG22-20241212/