



## PEMBERDAYAAN KAUM DIFABEL DALAM MEMBANGUN INDUSTRI KREATIF DI YOGYAKARTA

**Megawati syahril<sup>1</sup>, Appin Purisky Redaputri<sup>2</sup>**

Mahasiswa Doktor ilmu Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Gadjah Mada,  
Jogjakarta, Indonesia

Email: [megawatisyahril@mail.ugm.ac.id](mailto:megawatisyahril@mail.ugm.ac.id)<sup>1</sup>, [appinpuriskyredaputri@mai.ugm.ac.id](mailto:appinpuriskyredaputri@mai.ugm.ac.id)<sup>2</sup>

**Abstrak:** Program pemberdayaan ini merupakan salah satu program yang juga turut meramalkan UMKM yang fokus pada industri kreatif di Yogyakarta. Seperti kita tahu, UMKM menjadi salah satu penopang perekonomian Indonesia. Apalagi UMKM yang fokus pada sosial seperti ini atau disebut sebagai Sociopreneur. Dimana pendiri usaha tidak hanya berorientasi profit, tetapi juga memberdayakan kaum difabel sebagai tujuan sosialnya. Pengabdian kepada masyarakat dalam hal ini dilakukan dengan memberdayakan pengrajin industri kreatif yaitu kaum difabel yang diberikan pelatihan dan workshop produksi berbagai produk kreatif dengan berbahan dasar kulit dan non kulit. Bersama dengan brand Sagata, produk kreatif hasil para pengrajin khususnya kaum difabel bisa diakui dan merambah pada pasar nasional bahkan Internasional. Sehingga akan meningkatkan pendapatan dan taraf hidup dari para pengrajin difabel.

**Kata kunci :** *Pemberdayaan Kaum Difabel, Industri Kreatif, Yogyakarta.*

### 1. Pendahuluan

Brand ini disebut Sagata, Sagata dibentuk ketika owner melihat terdapat potensi dari kaum difabel yang mampu menciptakan kreasi kerajinan khususnya berbahan dasar kulit di Yogyakarta. Owner melihat adanya keterbatasan pengrajin di sekitar lingkungannya dalam memasarkan produknya, sementara dengan kondisi kekurangan fisik yang ada, ternyata membuat mereka sangat terbatas dalam memiliki kemampuan kerja yang beragam. Adanya stigma di masyarakat bahwa individu difabel adalah orang yang tidak mampu, tidak berdaya, dan perlu dibelaskasihani menyebabkan kurangnya kesempatan kerja bagi para difabel (Widiantoro et al, 2013).

Ditambah saat pandemi Covid-19, kondisi pengrajin semakin kesulitan, baik dalam melakukan produksi dan memasarkan produknya. Pandemi yang terjadi menurunkan potensi penjualan pengrajin, sementara membuat kerajinan kulit adalah satu-satunya mata pencaharian mereka. Sejak melihat kondisi tersebut dan adanya potensi yang besar terhadap produk kerajinan industri kreatif ini, sebenarnya kaum difabel memiliki peluang yang lebih baik dalam meningkatkan produktifitas dan tingkat ekonomi pengrajin.

Khususnya dalam rangka memberdayakan dan membangun industri kreatif di Yogyakarta, khususnya untuk kaum Difabel.

Program pemberdayaan ini merupakan salah satu program yang juga turut meramaikan UMKM yang fokus pada industri kreatif di Yogyakarta. Seperti kita tahu, UMKM menjadi salah satu penopang perekonomian Indonesia. Apalagi UMKM yang fokus pada sosial seperti ini atau disebut sebagai Sociopreneur. Dimana pendiri usaha tidak hanya berorientasi profit, tetapi juga memberdayakan kaum difabel sebagai tujuan sosialnya. Indonesia mulai tertarik dengan sociopreneurship karena dengan menerapkan nilai-nilai sociopreneurship, masalah sosial dapat terurai secara perlahan. Terciptanya Sociopreneur berangkat dari adanya kondisi wilayah dan masyarakat yang terjepit dalam pemenuhan kebutuhan dan meningkatnya tantangan global (Suyatna et al, 2017).

PT Sagata Sukses Bersama merupakan perusahaan yang bergerak di industri kreatif yang menaungi tiga merek, yakni:

- a. Sagata – retail full leather products
- b. Lavasto – retail non leather products
- c. Byakta – corporate merchandise

Branding adalah nama, istilah, tanda, simbol, desain dari keseluruhannya yang bertujuan sebagai suatu pengenalan produk atau jasa dari pesaing dan memberikan perbedaan produk atau jasa penjual lainnya. Menurut American Marketing Association merek adalah nama, istilah, tanda, simbol, rancangan, atau kombinasi dari hal-hal tersebut, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari seorang atau kelompok penjual dan untuk membedakannya dari produk pesaing (Kotler & Keller, 2008).

PT Sagata Sukses Bersama merupakan wadah pengrajin lokal Yogyakarta untuk dapat berkolaborasi dan tumbuh bersama, dimana Sebagian besar pengrajin berasal dari saudara-saudara penyandang disabilitas yang senantiasa bersemangat untuk berkarya di tengah keterbatasan yang ada. Perusahaan ini memiliki visi, 'Menjadi produsen utama produk handmade dalam negeri berskala internasional yang senantiasa unggul dalam layanan dan kualitas produk', dengan visi perusahaan sebagai berikut:

- Memproduksi produk handmade dalam negeri dengan kualitas terbaik
- Mengembangkan kerjasama yang saling menguntungkan dengan pengrajin lokal
- Mendorong kesadaran pentingnya mendukung produk lokal dalam mendorong ketahanan nasional
- Membuka peluang baru melalui perluasan pasar
- Memperkerjakan segala lapisan masyarakat termasuk penyandang disabilitas dan difabel
- Menjadi tempat berkarya yang menyenangkan, seimbang, dan produktif

## **2. Metode Pelaksanaan**

Pengabdian kepada masyarakat untuk memberdayakan pengrajin kaum difabel ini dilaksanakan di sekitar Candiwinangun, Sardonoharjo, Ngaglik Sleman Yogyakarta. Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dilakukan dengan mengadakan pelatihan dan workshop untuk beberapa materi seperti, produksi, *quality control*, inovasi produk, dan custom produk. Misalnya produk yang terbuat dari bahan kulit

*genuine leather*, baik kulit sapi maupun kulit pari. Setelah bekerjasama dengan Sagata, pengrajin disabilitas diberikan pelatihan dalam meningkatkan kemampuan dalam membuat produk, kemudian bagaimana mengecek kualitas produk dengan adanya *quality control* yang ketat sebelum sebuah produk akhirnya dijual ke konsumen, mengingat sebelumnya *quality control* hanya dilakukan perorangan dari pengrajin dan tidak dengan pihak lain.

Pengendalian Kualitas (*Quality Control*) sangatlah penting karena dapat menentukan berhasil tidaknya perusahaan dalam mencapai tujuan. Kegiatan Pengendalian Kualitas (*Quality Control*) yang kurang efektif yang terus menerus dapat mengakibatkan banyaknya produk yang rusak atau cacat, target produksi tidak dapat tercapai baik dari segi kualitas maupun kuantitas. Keadaan tersebut menghambat bagi perusahaan dan sangat merugikan apabila apabila perlakuan negative berkepanjangan akan mengganggu kontinuitas perusahaan (Choir, et al, 2020).

Kemudian juga dilakukan workshop untuk kreasi pengrajin dan penjahit dimana material yang digunakan adalah *non leather*. Pengrajin mulai berusaha untuk meningkatkan kemampuan dalam membuat produk, dengan brand Lavasto yang memiliki tingkat kesulitan diatas rata-rata dalam penciptaan produk, karena design yang unik dan beda, hal ini menjadi sebuah tantangan baru bagi para pengrajin, dikarenakan sebelumnya mereka terbiasa membuat produk yang monoton dengan pola yang selalu sama.

Selain itu, para pengrajin juga diajarkan untuk melakukan custom produk dengan brand Byakta. Brand Byakta sendiri adalah merek yang khusus untuk memenuhi kebutuhan merchandise corporate, dimana produk yang dibuat disesuaikan dengan kebutuhan kantor.

Jumlah pengrajin difabel yang diberdayakan memang tidak banyak, tetapi setiap koordinator tim, mempunyai timnya lagi masing-masing yang membantu proses produksi. Beberapa pengrajin yaitu:

- a. Pak Rohman (penyandang disabilitas) Beliau adalah pengrajin kulit penyandang disabilitas sejak lahir, beliau memiliki kesulitan dalam berjalan dikarenakan kondisi kaki yang tidak normal, namun kemampuan beliau dalam menciptakan kreasi kulit terutama kulit pari sangat patut diacungi jempol, bahkan beberapa produk hasil kreasinya sudah dikirim ke luar negeri, seperti ke : Inggris, Korea, China, dan Amerika Serikat.
- b. Pak Suroso (penyandang disabilitas) Beliau juga merupakan pengrajin kulit penyandang disabilitas sejak lahir, dengan kondisi yang kurang lebih sama dengan Pak Rohman, yakni kesulitan berjalan dengan kondisi kaki yang terbatas, tidak menyurutkan semangat beliau dalam berkreasi. Hasil buatan pak Suroso sangat rapi dengan pengalaman pengrajin lebih dari 10 tahun.
- c. Bu Rohman (penyandang disabilitas) Beliau adalah istri dari Pak Rohman yang juga penyandang disabilitas. Memiliki kemampuan menjahit yang sudah berjalan lebih dari 10 tahun. Bu Rohman tidak memiliki kemampuan dalam membuat kreasi kulit, melainkan keahlian dalam menjahit, mulai dari baju, tas, dan lain sebagainya.
- d. Pak Muji, Pak Muji adalah seorang pengrajin tas yang berada di Boyolali. Pak Muji bukan penyandang disabilitas, namun beliau bertekad untuk meningkatkan kondisi ekonomi keluarganya dan mengingat di Boyolali masih belum stabil dalam penerimaan orderan.

- e. Bu Iin Beliau adalah guru SD yang bekerja di Klaten yang memiliki kemampuan menjahit rapi dan handal dalam memotong pola. Selain santun dan menyenangkan, Bu Iin merupakan salah satu penggerak PKK dan UMKM di desanya.
- f. Pak Hengky Suami Ibu Iin adalah pengrajin handal yang dapat membuat kreasi mulai dari kulit, goni, hingga kain. Merupakan sosok kalem namun sangat teliti dan jika ada kekurangan dalam pengerjaannya, beliau tidak segan untuk memperbaiki.
- g. Beberapa anggota lain yang tidak disebutkan disini adalah anggota tidak tetap (penyandang disabilitas dan non disabilitas) yang dijadikan rekan kerja disaat 'workload' pekerjaan meningkat dan tidak dapat terpenuhi oleh tim utama.
- h. Tetangga sekitar lokasi, yang secara insidental dipekerjakan pada saat adanya proses 'packing' yang cukup banyak. Hal ini dapat menambah kesibukan dan pendapatan tetangga yang mayoritas ibu-ibu tidak bekerja.





Gambar 1. Lokasi Workshop dan Kegiatan Produksi

### 3. Hasil dan Pembahasan

Saat ini Brand utama Sagata terbagi menjadi tiga buah merek kecil, dimana masing-masing memiliki target market yang berbeda, yakni:

1. Sagata sendiri adalah merek yang khusus memproduksi produk yang terbuat dari bahan kulit (*genuine leather*), baik kulit sapi maupun kulit pari. Setelah diberikan pelatihan dan workshop bersama Sagata, pengrajin disabilitas akhirnya dapat meningkatkan kemampuan dalam membuat produk, khususnya proses *quality control* yang ketat sebelum sebuah produk akhirnya dijual ke konsumen, mengingat sebelumnya *quality control* hanya dilakukan perorangan dari pengrajin dan tidak dengan pihak lain. Selain itu, adanya peningkatan jumlah pesanan, baik dalam maupun ke luar negeri setelah pengrajin bergabung bersama Sagata, serta semakin bervariasinya produk yang dihasilkan, karena Sagata mencoba selalu membuat produk yang berbeda dengan yang sudah ada. Hal ini menunjang kemampuan pengrajin (semakin mahir dan dinamis), tak lupa peningkatan pendapatan yang diterima pengrajin.
2. Lavasto adalah kreasi pengrajin dan penjahit dimana material yang digunakan adalah *non leather*. Salah satu ciri khas dalam produk Lavasto adalah penggunaan bahan 'flexure' yang berbeda dari merek lain, dimana bahan ini mampu menyerap kelembaban dan keringat dalam jangka waktu lama, sehingga bahan tidak cepat rusak serta teknologi flexure yang dikembangkan mampu

menjaga bahan tetap kering dan nyaman ketika digunakan. Selain itu, model Lavasto khas dengan cirinya *reversible*. Pengrajin mulai berusaha untuk meningkatkan kemampuan dalam membuat produk, dikarenakan Lavasto memiliki tingkat kesulitan diatas rata-rata dalam penciptaan produk, karena design yang unik dan beda, hal ini menjadi sebuah tantangan baru bagi para pengrajin, dikarenakan sebelumnya mereka terbiasa membuat produk yang monoton dengan pola yang selalu sama. Setelah mendapat pelatihan dan workshop, selain kemampuan dalam membuat barang menjadi semakin bervariasi, tak lupa adanya peningkatan pendapatan yang diterima para pengrajin dan penjahit.

3. Byakta sendiri adalah merek yang khusus untuk memenuhi kebutuhan *merchandise corporate*, dimana produk yang dibuat disesuaikan dengan kebutuhan kantor. Byakta berusaha memenuhi permintaan perusahaan yang memesan, yakni dengan menyesuaikan budget dan model yang diinginkan perusahaan. Umumnya, kantor memiliki batasan *budget*, sehingga dari material yang digunakan, dapat disesuaikan (bahan yang digunakan tidak sama kualitasnya dengan produk Sagata maupun Lavasto). Pada saat pesanan korporasi meningkat, maka hal ini akan berdampak terhadap peningkatan pendapatan pengrajin. Secara keseluruhan, bentuk pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan terus memberikan *positive impact*, baik ke dalam tim pengrajin kaum difabel, serta keluar dalam misi agar produk lokal dapat unggul dan diterima sebaik produk merek luar negeri. Sudah saatnya *local product* menjadi kebanggaan banga sendiri dan diterima luas di dunia luar.

Selain dari setiap pembagian produksi per merek yang sudah dijelaskan sebelumnya, para pengrajin juga dibantu untuk bisa memasarkan produk dengan jangkauan yang lebih luas. Baik melalui Market Place, mengikuti pameran berkasal Nasional dan Internasional. Sehingga bisa meningkatkan pesanan baik dalam maupun luar negeri. Sehingga pendapatan pengrajin juga akan meningkat.





Gambar 2. Pameran Berskala Nasional dan Internasional

#### 4. Kesimpulan

*Sociopreneurship* dengan memberdayakan kaum difabel menjadi salah satu pilihan usaha yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan tetapi juga bentuk pemberdayaan sosial yang bisa membantu sesama. Pengabdian kepada masyarakat dalam hal ini dilakukan dengan memberdayakan pengrajin industri kreatif yaitu kaum difabel yang diberikan pelatihan dan workshop produksi berbagai produk kreatif dengan berbahan dasar kulit dan non kulit. Bersama dengan brand Sagata, produk kreatif hasil para pengrajin khususnya kaum difabel bisa diakui dan merambah pada pasar nasional bahkan Internasional. Sehingga akan meningkatkan pendapatan dan taraf hidup dari para pengrajin difabel juga.

#### Daftar pustaka

- Al Choir, F. (2020). Pelaksanaan Quality Control Produksi Untuk Mencapai Kualitas Produk Yang Meningkatkan (Studi kasus PT. Gaya Indah Kharisma Kota Tangerang). *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1(4).
- Kotler, Philip & Keller. (2008). Manajemen Pemasaran. Edisi Ketigabelas. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Suyatna, H., & Nurhasanah, Y. (2017). Sociopreneurship sebagai tren karir anak muda. *Jurnal Studi Pemuda*, 6(1), 527-537.
- Widiantoro, F. W., & Shinta, A. (2013). Pemberdayaan Warga Difabel: kunci sukses penggalan potensi dalam bidang bisnis. In *Prosiding Seminar Nasional Psikologi AKTUALISASI POTENSI ANAK BANGSA MENUJU INDONESIA EMAS*. Badan Penerbit Universitas Muria Kudus