STRATEGI PEMBERDAYAAN PENYANDANG DISABILITAS DAN KOMUNIKASI PEMASARAN PADA *CAFE* 1/2 KOPITIAM DI PONTIANAK

SKRIPSI

OLEH
DEWI PUJI ASTUTI
NIM F1031221002

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU-ILMU SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
PONTIANAK
2026

STRATEGI PEMBERDAYAAN PENYANDANG DISABILITAS DAN KOMUNIKASI PEMASARAN PADA *CAFE* 1/2 KOPITIAM DI PONTIANAK

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Jurusan Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial
Program Studi Pendidikan Ekonomi

OLEH
DEWI PUJI ASTUTI
NIM F1031221002

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU-ILMU SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
PONTIANAK
2026

STRATEGI PEMBERDAYAAN PENYANDANG DISABILITAS DAN KOMUNIKASI PEMASARAN PADA *CAFE* 1/2 KOPITIAM DI PONTIANAK

DEWI PUJI ASTUTI
NIM F1031221002

Disetujui

Pembimbing I	Pembimbing II
Dr. Okianna, M.Si	Dr. Warneri, M.Si
NIP. 196210231990022001	NIP. 196303071990021001

Disahkan
Dekan

Prof. Dr. H. Ahmad Yani T, M.Pd
NIP. 196604011991021001

Lulus tanggal: Selasa, 20 Januari 2026

STRATEGI PEMBERDAYAAN PENYANDANG DISABILITAS DAN KOMUNIKASI PEMASARAN PADA *CAFE* 1/2 KOPITIAM DI PONTIANAK

DEWI PUJI ASTUTI
NIM F1031221002

Disetujui

Pembimbing I	Pembimbing II
Dr. Okianna, M.Si	Dr. Warneri, M.Si
NIP. 196210231990022001	NIP. 196303071990021001

Penguji I	Penguji II
Dr. M. Basri, S.Pd., M.Pd	Heni Kuswanti, M.Pd
NIP. 196810081995121004	NIP. 199008152019032018

Mengetahui
Koordinator Program Studi Pendidikan Ekonomi

Heni Kuswanti, M.Pd
NIP. 199008152019032018

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Dewi Puji Astuti

NIM : F1031221002

Jurusan/Prodi : Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial/Pendidikan Ekonomi

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, buka merupakan pengambilan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan saya atau pikiran saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi/tesis ini hasil jiplakan saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Pontianak, 4 Januari 2026

Hormat pernyataan



Dewi Puji Astuti

NIM F1031221002

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemberdayaan penyandang disabilitas dan komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh *Cafe* 1/2 Kopitiam, serta menganalisis kendala dalam pelaksanaannya. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Strategi pemberdayaan penyandang disabilitas dilaksanakan secara terencana, partisipatif, dan berkelanjutan. Proses pemberdayaan meliputi asesmen potensi dan kebutuhan individu, pelatihan keterampilan, pendampingan mentor, sertifikasi kompetensi, serta pemberian kesempatan kerja sesuai kemampuan karyawan penyandang disabilitas. Strategi ini diperkuat melalui kerja sama dengan lembaga eksternal dan berdampak pada peningkatan kemandirian ekonomi, kepercayaan diri, serta kemampuan sosial karyawan. (2) Komunikasi pemasaran *Cafe* 1/2 Kopitiam mengintegrasikan tujuan ekonomi dan nilai sosial dengan menonjolkan inklusivitas sebagai citra utama. Strategi ini diwujudkan melalui iklan, pemasaran langsung, penjualan pribadi, promosi penjualan, dan kegiatan hubungan masyarakat yang melibatkan karyawan penyandang disabilitas dalam interaksi dengan pelanggan. (3) Dalam pelaksanaannya *Cafe* 1/2 Kopitiam menghadapi kendala berupa perbedaan karakter dan sensitivitas emosional karyawan, keterbatasan teknis periklanan, hambatan komunikasi karyawan tuna rungu wicara dengan pelanggan, keterbatasan fisik dalam pelatihan, serta belum meratanya jangkauan promosi. Kendala tersebut diatasi melalui pendampingan intensif, pelatihan berulang, penyederhanaan metode kerja, dan komunikasi adaptif sehingga strategi tetap efektif dan inklusif dan berkelanjutan.

Kata Kunci: Pemberdayaan, Disabilitas, Komunikasi Pemasaran, Inklusivitas, *Cafe* 1/2 Kopitiam.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, hidayah dan karunia-Nya, sehingga peneliti pada akhirnya dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Strategi Pemberdayaan Penyandang Disabilitas Dan Komunikasi Pemasaran Pada *Cafe* 1/2 Kopitiam Di Pontianak".

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd) di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Tanjungpura Pontianak Kalimantan Barat. Dalam penyusunan skripsi, peneliti tidak lupa mengucapkan banyak terimakasih kepada pihak yang telah terlibat membantu dan berpartisipasi baik dukungan moril dan non moril. Oleh karena itu peneliti ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Okianna, M.Si. selaku pembimbing pertama yang telah memberikan arahan, dukungan serta bimbingannya selama penulisan skripsi.
2. Bapak Dr. Warneri, M.Si. selaku pembimbing kedua yang telah memberikan arahan, dukungan serta bimbingannya selama penulisan skripsi.
3. Bapak Mustaat Saman, S.Hut. selaku Pemilik Usaha *Cafe* 1/2 Kopitiam yang telah mengizinkan peneliti untuk melakukan penelitian.
4. Bapak Dr. H. Ahmad Yani T, M.Pd. selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Tanjungpura.
5. Bapak Dr. Imran, M. Kes. selaku Ketua Jurusan Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial Fakultas dan Pendidikan Universitas Tanjungpura.

6. Ibu Heni Kuswanti, M.Pd. selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Tanjungpura.
7. Seluruh Dosen Program Studi Pendidikan Ekonomi yang telah memberikan berbagai ilmu dan pengalamannya kepada peneliti selama proses perkuliahan hingga masa penyusunan skripsi.
8. Staf Administrasi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan yang telah memberikan kemudahan pelayanan dalam proses administrasi skripsi.
9. Kepada kedua orang tua tercinta, Bapak Marsono dan Ibu Wakinah yang selalu sabar mendidik, memberikan semangat, memberikan doa, limpahan kasih dan sayang serta motivasi yang selalu menjadi sumber kekuatan dan inspirasi dalam setiap langkah hidup peneliti.
10. Kepada kakak kandung, Yuni Purwanti terimakasih atas dukungan, doa, dan semangat yang selalu diberikan kepada peneliti.
11. Kepada sahabat peneliti, Septiana Clara Sinta dan Syarifah Syafira Maulidya yang selalu menjadi teman terbaik dalam berdiskusi dan membantu selama penulisan skripsi.
12. Kepada teman-teman Pendidikan Ekonomi Angkatan 2022, dan teman-teman Setengah Sukses, terimakasih atas kebersamaan, pelajaran berharga dan kenangan indah selama masa perkuliahan.
13. Berbagai pihak yang tidak bisa di sebutkan satu persatu yang telah membantu peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi.

Peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang dapat membangun dan membuat skripsi ini menjadi lebih baik. Akhir kata, peneliti mengucapkan terimakasih dan berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Pontianak, 4 Januari 2026



Peneliti

DAFTAR ISI

ABSTRAK i
KATA PENGANTAR ii
DAFTAR ISI v
DAFTAR TABEL vii
DAFTAR GAMBAR viii
DAFTAR LAMPIRAN x
BAB I PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang 1
B. Pertanyaan Penelitian 6
C. Tujuan Penelitian 7
D. Manfaat Penelitian 7
1. Manfaat Teoritis 7
2. Manfaat Praktis 8
E. Ruang Lingkup Penelitian 9
1. Fokus Penelitian 9
2. Definisi Operasional 10
BAB II KAJIAN PUSTAKA 12
A. Strategi Pemberdayaan Penyandang Disabilitas 12
1. Konsep Strategi Pemberdayaan 12
2. Penyandang Disabilitas 16
B. Komunikasi Pemasaran 18
1. Pengertian Komunikasi Pemasaran 18
2. Dimensi Komunikasi Pemasaran 19
C. Kendala dalam Penerapan Strategi Pemberdayaan dan Komunikasi Pemasaran 25
1. Pengertian Kendala 25
2. *Theory Of Constraints* (TOC) 26
D. Penelitian Relevan 27

E. Kerangka Konsep 31
BAB III METODE PENELITIAN 32
A. Jenis Penelitian 32
B. Kehadiran Peneliti 32
C. Lokasi Penelitian 33
D. Partisipan Penelitian 33
E. Teknik Pengumpulan Data 35
F. Instrumen Pengumpulan Data 38
G. Analisis Data 40
H. Teknik Keabsahan Data 42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 46
A. Hasil Penelitian 46
1. Strategi Pemberdayaan Penyandang Disabilitas *Cafe* 1/2 Kopitiam 47
2. Komunikasi Pemasaran *Cafe* 1/2 Kopitiam 62
3. Kendala-Kendala dalam Penerapan Strategi Pemberdayaan Penyandang Disabilitas dan Komunikasi Pemasaran *Cafe* 1/2 Kopitiam 81
B. Pembahasan 91
1. Strategi Pemberdayaan Penyandang Disabilitas *Cafe* 1/2 Kopitiam 91
2. Komunikasi Pemasaran *Cafe* 1/2 Kopitiam 99
3. Kendala-Kendala dalam Penerapan Strategi Pemberdayaan Penyandang Disabilitas dan Komunikasi Pemasaran *Cafe* 1/2 Kopitiam 109
BAB V PENUTUP 117
A. Kesimpulan 117
B. Saran 119
DAFTAR PUSTAKA 121
LAMPIRAN-LAMPIRAN 129

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Karyawan Penyandang Disabilitas Di *Cafe* 1/2 Kopitiam 3
Tabel 2.1 Persamaan Dan Perbedaan Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian Yang Akan Dilakukan 28
Tabel 3.1 Partisipan Informan 34
Tabel 4.1 Data Karyawan Penyandang Disabilitas Di *Cafe* 1/2 Kopitiam 55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konsep 31
Gambar 3.1 Peta Tematik *Cafe* 1/2 Kopitiam 33
Gambar 4.1 Kerangka Penerapan Strategi Pemberdayaan Penyandang Disabilitas di *Cafe* 1/2 Kopitiam 47
Gambar 4.2 Pelaksanaan Asesmen Karyawan Penyandang Disabilitas 51
Gambar 4.3 Perencanaan Pemberdayaan Penyandang Disabilitas Bersama OJK 51
Gambar 4.4 Peningkatan Kemandirian dan Kepercayaan Diri Karyawan Penyandang Disabilitas di *Cafe* 1/2 Kopitiam 54
Gambar 4.5 Pemberdayaan Penyandang Disabilitas Melalui Kesempatan Kerja di *Cafe* 1/2 Kopitiam 58
Gambar 4.6 Proses Pelatihan Barista Kepada Karyawan Penyandang Disabilitas *Cafe* 1/2 Kopitiam 61
Gambar 4.7 Proses Pelatihan Menjahit Kepada Karyawan Penyandang Disabilitas *Cafe* 1/2 Kopitiam 61
Gambar 4.8 Kerangka Penerapan Komunikasi Pemasaran *Cafe* 1/2 Kopitiam 62
Gambar 4.9 Karyawan Penyandang Disabilitas Sebagai Pemeran Utama dalam Iklan *Cafe* 1/2 Kopitiam 65
Gambar 4.10 Karyawan Penyandang Disabilitas Sedang Melayani Pelanggan Secara Langsung Dengan Ramah 67
Gambar 4.11 Brosur Promosi *Cafe* 1/2 Kopitiam sebagai Media *Direct Mail Marketing* 68
Gambar 4.12 Katalog Menu *Cafe* 1/2 Kopitiam sebagai Sarana Informasi bagi Pelanggan 69
Gambar 4.13 Partisipasi *Cafe* 1/2 Kopitiam dalam Kegiatan Pameran sebagai Strategi Pemasaran Kios 70

Gambar 4.14 Bentuk Komunikasi Karyawan Penyandang Disabilitas di *Cafe* 1/2 Kopitiam dalam Melayani Pelanggan 73
Gambar 4.15 Pengetahuan Produk Karyawan Penyandang Disabilitas sebagai Penunjang Pelayanan *Cafe* 1/2 Kopitiam..... 74
Gambar 4.16 Sikap Empati dan Inisiatif Karyawan Penyandang Disabilitas dalam Memberikan Pelayanan di *Cafe* 1/2 Kopitiam 75
Gambar 4.17 Program "Ruang Disabilitas" di Radio Republik Indonesia sebagai Media Publikasi *Cafe* 1/2 Kopitiam..... 78
Gambar 4.18 Liputan Kegiatan *Cafe* 1/2 Kopitiam oleh Tribun Pontianak sebagai Media Publikasi Lokal 78
Gambar 4.19 Promosi Paket Hemat Cafe 1/2 Kopitiam sebagai Strategi Peningkatan Penjualan 80
Gambar 4.20 Pemberian Hadiah kepada Pelanggan sebagai Bentuk Apresiasi *Cafe* 1/2 Kopitiam..... 80
Gambar 4.21 Kerangka Kendala-Kendala dalam Penerapan Strategi Pemberdayaan Penyandang Disabilitas dan Komunikasi Pemasaran *Cafe* 1/2 Kopitiam..... 81
Gambar 4.22 Pendampingan Mentor kepada Karyawan Penyandang Disabilitas untuk Mengelola Sensitivitas Emosional 83
Gambar 4.23 Peran Mentor dalam Menyesuaikan Proses Pelatihan terhadap Keterbatasan Fisik Karyawan Penyandang Disabilitas..... 85
Gambar 4.24 Proses Latihan Dialog Iklan oleh Karyawan Penyandang Disabilitas sebagai Upaya Mengatasi Kendala Teknis Periklanan..... 87
Gambar 4.25 Penggunaan Media Komunikasi Alternatif pada Penjualan Pribadi oleh Karyawan Penyandang Disabilitas 89
Gambar 4.26 Ketiadaan Media Informasi Program Diskon di Lingkungan *Cafe* 1/2 Kopitiam..... 90

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Lembar Kisi-Kisi Observasi 129
Lampiran 2. Lembar Pedoman Observasi 131
Lampiran 3. Lembar Kisi-Kisi Wawancara 133
Lampiran 4. Lembar Pedoman Wawancara 134
Lampiran 5. Lembar Hasil Observasi 146
Lampiran 6. Lembar Hasil Wawancara 155
Lampiran 7. Dokumentasi Wawancara Informan 194
Lampiran 8. SK Pembimbing 195
Lampiran 9. Surat Pra-Riset 196
Lampiran 10. Surat Balasan Pra Riset 197
Lampiran 11. Surat Riset 198
Lampiran 12. Surat Tugas 199
Lampiran 13. Surat Balasan Riset 200

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era modern saat ini, kesadaran terhadap pentingnya inklusivitas sosial semakin meningkat, terutama dalam menciptakan ruang kerja yang ramah bagi penyandang disabilitas. Penyandang disabilitas adalah individu yang mengalami gangguan fisik dan/atau mental akibat tidak berfungsinya organ tubuh, yang pada akhirnya menyebabkan hambatan dalam melakukan mobilitas (Rita dkk, 2016). Meskipun menghadapi keterbatasan, penyandang disabilitas tetap memiliki potensi untuk berkembang dan berkontribusi apabila diberikan kesempatan yang setara di dunia kerja.

Namun pada kenyataannya, masih banyak penyandang disabilitas di Indonesia yang mengalami kesulitan dalam memperoleh pekerjaan yang layak. Stigma sosial yang berkembang di masyarakat seringkali mengaitkan penyandang disabilitas dengan ketidakmampuan dan beban sosial. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Malik, dkk (2021) yang menyatakan bahwa stigma negatif yang melekat pada penyandang disabilitas telah mengartikan penyandang disabilitas sebagai seseorang yang lemah, sakit, tidak berdaya dan hanya menjadi beban bagi orang-orang disekitarnya. Saat ini masih banyak penyandang disabilitas yang hidup atas dasar belas kasihan dari orang lain dan memilih menjadi pemulung, pengemis atau berwirausaha dengan modal yang terbatas (Santoso & Apsari, 2017).

Sebagai upaya untuk mengurangi kesenjangan sosial yang ada di masyarakat, pemerintah memberikan payung hukum untuk menjamin hak-hak dari penyandang disabilitas melalui Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2016 Tentang Penyandang Disabilitas Pasal 53 Ayat 1 (2016), menyatakan bahwa "Pemerintah, Pemerintah Daerah, Badan Usaha Milik Negara, dan Badan Usaha Milik Daerah wajib mempekerjakan paling sedikit 2% (dua persen) penyandang disabilitas dari jumlah pegawai atau pekerja". Undang-Undang tersebut menjamin hak penyandang disabilitas untuk mendapatkan pekerjaan tanpa diskriminasi, baik di instansi pemerintah maupun di sektor swasta.

Salah satu contoh penerapan prinsip inklusivitas tersebut dapat ditemukan di *Cafe* 1/2 Kopitiam yang berlokasi di kota Pontianak. *Cafe* ini mengusung konsep sosial yang berfokus pada pemberdayaan penyandang disabilitas melalui kesempatan kerja yang setara. Filosofi nama "1/2" menggambarkan semangat untuk memberikan ruang bagi individu dengan keterbatasan fisik agar dapat berdaya dan mandiri. Berdasarkan hasil pra-riset yang dilakukan peneliti melalui wawancara dengan pemilik usaha, diketahui bahwa karyawan di *Cafe* 1/2 Kopitiam terdiri dari beragam penyandang disabilitas, seperti tuna daksa, tuna rungu wicara dan tuna grahita yang bekerja di berbagai posisi seperti kasir, barista, pramusaji, juru masak, *cleaning team* dan *support.*

Tabel 1.1
Data Karyawan Penyandang Disabilitas Di Cafe 1/2 Kopitiam

No	Nama Karyawan	Posisi Pekerjaan	Jenis Kelamin	Umur	Keterangan
1.	Albina Kanesien	Kasir	P	18	Tuna Daksa
2.	Parel Gilang Permata	Kasir	L	20	Tuna Daksa
3.	Syarifah Meliza Safitri	Kitchen/Barista/ Pramusaji	P	23	Tuna Rungu Wicara
4.	Vivi Utami	Kitchen	P	34	Tuna Daksa
5.	Firdaus Septian	*Support*	L	29	Tuna Daksa
6.	Vina Tanjaya	Kitchen/Barista/ Pramusaji	P	24	Tuna Rungu Wicara
7.	Syarifah Zahra	Kitchen	P	16	Tuna Rungu Wicara
8.	Meysha Putri Lesmana	Barista/Pramusaji	P	17	Tuna Daksa
9.	Andi Ray Bawadi	Barista	L	27	Tuna Daksa
10.	Chairil	Barista	L	31	Tuna Daksa
11.	M. Ridho	Barista/Pramusaji	P	16	Tuna Rungu Wicara
12.	Nur Septi Ramadani	Kitchen	P	17	Tuna Daksa
13.	Fredi	*Cleaning Team*	L	25	Tuna Daksa
14.	Albertus Andika	*Cleaning Team*	L	20	Tuna Grahita
15.	Muhammad Untung	Barista	L	24	Tuna Daksa
16.	Reza Bahtiar	Barista	L	22	Tuna Daksa
17.	Luis Pirmando Sinaga	*Cleaning Team*	L	24	Tuna Daksa
18.	Said Alkudri	Barista	L	20	Tuna Daksa
19.	Meriana	Kitchen/Barista/ Pramusaji	P	26	Tuna Rungu Wicara
20.	Ridha Azmiardi	*Support*	L	37	Tuna Daksa
21.	M. Saffia Zahir Ersu	*Support*	L	23	Tuna Grahita
22.	Nadia Adilla	Kasir	P	22	Tuna Daksa

No	Nama Karyawan	Posisi Pekerjaan	Jenis Kelamin	Umur	Keterangan
23.	Daud	*General Cleaning*	L	24	Tuna Daksa
24.	Rodianto	Kitchen/Barista/ Pramusaji	L	25	Tuna Daksa
25.	Feliska Garsony	Kitchen/Barista/ Pramusaji	P	18	Tuna Daksa
26.	Rendi	Kitchen/Barista/ Pramusaji	P	28	Tuna Daksa
27.	Jessyca Aurora Marsha	Kitchen/Barista/ Pramusaji	P	24	Tuna Rungu Wicara
28.	Lintang Andria Ismahayati	Kitchen/Barista/ Pramusaji	P	29	Tuna Rungu Wicara
29.	Rafikahani	Kitchen/Barista/ Pramusaji	P	27	Tuna Rungu Wicara

Sumber : Pemilik Usaha *Cafe* 1/2 Kopitiam, 2025

Dalam pelaksanaanya, *Cafe* 1/2 Kopitiam menerapkan strategi pemberdayaan penyandang disabilitas yang mencakup beberapa indikator, yaitu kegiatan yang terencana dan kolektif, memperbaiki kehidupan masyarakat, prioritas bagi kelompok lemah atau kurang beruntung dan dilakukan melalui program peningkatan kapasitas. Melalui strategi tersebut, penyandang disabilitas tidak hanya diberikan kesempatan bekerja, tetapi juga dibekali dengan keterampilan, pendampingan dan pelatihan agar dapat memiliki kompetensi yang dibutuhkan di dunia kerja.

Selain strategi pemberdayaan, *Cafe* 1/2 Kopitiam juga menerapkan komunikasi pemasaran yang inklusif yang mencakup beberapa indikator, seperti iklan, pemasaran langsung, penjualan pribadi, hubungan masyarakat dan promosi penjualan. Melalui strategi ini, *Cafe* 1/2 Kopitiam berupaya memperkenalkan nilai-nilai inklusi sosial kepada masyarakat sekaligus

membangun citra positif usaha. Hal ini sejalan dengan pandangan Kotler & Keller (2016) di dalam bukunya yang berjudul *"Marketing Management"* menyatakan bahwa *"Marketing communications allow companies to link their brands to other people, places, events, brands, experiences, feelings, and things"* (h.580). Artinya, komunikasi pemasaran memungkinkan perusahaan untuk menghubungkan merek mereka dengan orang lain, tempat, acara, merek, pengalaman, perasaan, dan hal-hal lain.

Meskipun demikian, dalam pelaksanaan strategi pemberdayaan dan komunikasi pemasaran di *Cafe* 1/2 Kopitiam tidak terlepas dari kendala. Keterbatasan komunikasi masih menjadi tantangan utama, terutama bagi pelanggan yang belum memahami bahasa isyarat. Selain itu, perbedaan kemampuan fisik, mental dan emosional antar individu penyandang disabilitas turut mempengaruhi efektivitas kerja dan pelayanan. Oleh karena itu, *Cafe* 1/2 Kopitiam terus berupaya untuk mengatasi kendala-kendala yang ada melalui pelatihan yang berkelanjutan dan pendampingan yang intensif.

Penelitian ini menjadi penting karena menawarkan perspektif yang berbeda dari penelitian sebelumnya, seperti penelitian yang dilakukan oleh Hadisaputra (2023), yang menjelaskan bagaimana hasil pemberdayaan yang diperoleh penyandang disabilitas setelah mengikuti pelatihan kerajinan tangan seperti bertambahnya *soft skill,* bertambahnya ilmu pengetahuan, pengalaman, kepercayaan diri dan kemampuan untuk mandiri. Berbeda dengan penelitian tersebut, penelitian ini berfokus pada praktik pemberdayaan

yang dilakukan di dunia kerja, yang melibatkan interaksi antara karyawan penyandang disabilitas dan konsumen. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemberdayaan penyandang disabilitas dan komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh *Cafe* 1/2 Kopitiam, serta menganalisis kendala-kendala yang dihadapi dalam proses pelaksanaanya.

Berdasarkan pemaparan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"STRATEGI PEMBERDAYAAN PENYANDANG DISABILITAS DAN KOMUNIKASI PEMASARAN PADA *CAFE* 1/2 KOPITIAM DI PONTIANAK".**

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka yang menjadi pertanyaan pada penelitian "Strategi Pemberdayaan Penyandang Disabilitas Dan Komunikasi Pemasaran Pada *Cafe* 1/2 Kopitiam Di Pontianak" adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemberdayaan penyandang disabilitas yang diterapkan oleh *Cafe* 1/2 Kopitiam?
2. Bagaimana komunikasi pemasaran yang yang diterapkan oleh *Cafe* 1/2 Kopitiam?
3. Apa saja kendala yang dihadapi dalam penerapan strategi pemberdayaan penyandang disabilitas dan komunikasi pemasaran di *Cafe* 1/2 Kopitiam?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian tersebut yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui strategi pemberdayaan penyandang disabilitas yang diterapkan oleh *Cafe* 1/2 Kopitiam.
2. Mengetahui komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh *Cafe* 1/2 Kopitiam.
3. Menganalisis kendala-kendala yang dihadapi dalam penerapan strategi pemberdayaan penyandang disabilitas dan komunikasi pemasaran di *Cafe* 1/2 Kopitiam.

D. Manfaat Penelitian

Pada dasarnya suatu penelitian yang dilakukan seseorang diharapkan akan memberikan suatu manfaat baik secara teoritis maupun praktis. Adapun hasil dari penelitian ini sangat diharapkan dapat bermanfaat untuk:

1. Manfaat Teoritis

Memperkaya literatur ilmu sosial dan ilmu ekonomi, khususnya dalam strategi pemberdayaan penyandang disabilitas dan komunikasi pemasaran inklusif, serta memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai praktik pemberdayaan penyandang disabilitas di dunia kerja.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Meningkatkan wawasan dan pemahaman peneliti mengenai penerapan strategi pemberdayaan disabilitas dan komunikasi pemasaran bisa saling mendukung dalam dunia kerja.

b. Bagi Masyarakat

Memberikan pemahaman bagi masyarakat tentang potensi yang dimiliki oleh para penyandang disabilitas, serta mengurangi stigma negatif dan diskriminasi terhadap penyandang disabilitas.

c. Bagi Pemerintah

Menyediakan informasi mengenai strategi dan kendala pemberdayaan penyandang disabilitas yang dapat dimanfaatkan pemerintah dalam mengembangkan program ketenagakerjaan inklusif.

d. Bagi Universitas

Menyediakan referensi ilmiah baru yang relevan untuk meningkatkan kontribusi Universitas dalam penelitian terkait pemberdayaan sosial dan ekonomi.

e. Bagi *Cafe* 1/2 Kopitiam

Memberikan masukan yang berguna bagi *Cafe* 1/2 Kopitiam untuk memperkuat strategi pemberdayaan dan komunikasi pemasaran yang telah diterapkan, sehingga dapat terus mengembangkan lingkungan kerja yang inklusif dan inspiratif.

E. Ruang Lingkup Penelitian

1. Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini ditetapkan untuk memberikan arah yang jelas sekaligus membatasi cakupan objek penelitian, sehingga peneliti tidak terjebak dalam pengumpulan data lapangan yang terlalu luas. Hal ini sejalan dengan pendapat Sugiyono (2022) bahwa batasan penelitian kualitatif disebut sebagai fokus penelitian, yaitu pokok masalah yang bersifat umum.

Fokus penelitian ini menitikberatkan pada tingkat kebaruan informasi yang dapat diperoleh serta relevansinya terhadap konteks sosial dan ekonomi yang ada. Penetapan fokus ini juga bertujuan untuk mempersempit lingkup kajian studi kualitatif, sehingga memudahkan peneliti menyeleksi data yang relevan dan menghindari data yang tidak berkaitan dengan tujuan penelitian. Adapun fokus penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Strategi pemberdayaan penyandang disabilitas yang diterapkan oleh *Cafe* 1/2 Kopitiam.
b. Komunikasi pemasaran yang yang diterapkan oleh *Cafe* 1/2 Kopitiam.
c. Kendala-kendala yang dihadapi dalam penerapan strategi pemberdayaan penyandang disabilitas dan komunikasi pemasaran di *Cafe* 1/2 Kopitiam.

2. Definisi Operasional

a. Strategi Pemberdayaan Penyandang Disabilitas

Strategi pemberdayaan penyandang disabilitas merupakan suatu rangkaian upaya yang dirancang secara terencana, sistematis dan berkelanjutan yang bertujuan untuk meningkatkan kapasitas, kemandirian serta kualitas hidup penyandang disabilitas melalui penyediaan dukungan, kesempatan dan akses yang setar dalam berbagai aspek kehidupan. Dalam konteks penelitian ini, strategi pemberdayaan dianalisis melalui indikator: (1) Kegiatan yang terencana dan kolektif; (2) Memperbaiki kehidupan masyarakat; (3) Prioritas bagi kelompok lemah atau kurang beruntung; dan (4) Dilakukan melalui program peningkatan kapasitas. Keempat indikator tersebut digunakan untuk mengetahui sejauh mana *Cafe* 1/2 Kopitiam mampu menciptakan keberdayaan bagi karyawan penyandang disabilitas.

b. Komunikasi Pemasaran

Komunikasi pemasaran dalam penelitian ini dipahami sebagai seperangkat aktivitas promosi yang dilakukan untuk memperkenalkan, membangun citra dan meningkatkan ketertarikan konsumen terhadap produk dan layanan *Cafe* 1/2 Kopitiam. Strategi ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran, minat, keputusan berkunjung dan loyalitas konsumen melalui pemilihan bentuk komunikasi pemasaran yang tepat. Komunikasi pemasaran dianalisis menggunakan indikator: (1) Iklan; (2)

Pemasaran langsung; (3) Penjualan pribadi; (4) Hubungan masyarakat; dan (5) promosi penjualan. Kelima indikator ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana komunikasi pemasaran *Cafe* 1/2 Kopitiam berkontribusi terhadap peningkatan kesadaran merek, ketertarikan, dan keterlibatan konsumen dalam konteks usaha sosial berbasis pemberdayaan penyandang disabilitas.

c. Kendala dalam Penerapan Strategi Pemberdayaan dan Komunikasi Pemasaran

Kendala dalam penelitian ini dimaknai sebagai hambatan yang menghalangi pelaksanaan strategi pemberdayaan penyandang disabilitas dan komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh *Cafe* 1/2 Kopitiam.