



KEMENTERIAN
PENDIDIKAN DASAR
DAN MENENGAH
2025

ASYIKNYA BERWIRAUSAHA: MIMPI JADI NYATA

**Kewirausahaan bagi Anak
Berkebutuhan Khusus**



**Dhea Intan Kusumawardhani
Sarah Fauzia**

Hak Cipta pada Kementerian Pendidikan Dasar dan Menengah Republik Indonesia

Dilindungi Undang-Undang

Penafian: Buku ini disiapkan oleh Pemerintah dalam rangka pemenuhan kebutuhan buku pendidikan yang bermutu, murah, dan merata sesuai dengan amanat dalam UU No. 3 Tahun 2017. Buku ini disusun dan ditelaah oleh berbagai pihak di bawah koordinasi Kementerian Pendidikan Dasar dan Menengah. Buku ini merupakan dokumen hidup yang senantiasa diperbaiki, diperbarui, dan dimutakhirkan sesuai dengan dinamika kebutuhan dan perubahan zaman. Masukan dari berbagai kalangan yang dialamatkan kepada penulis atau melalui alamat surel buku@kemendikdasmen.go.id diharapkan dapat meningkatkan kualitas buku ini.

ASYIKNYA BERWIRAUSAHA: MIMPI JADI NYATA

Kewirausahaan bagi Anak Berkebutuhan Khusus

Penulis

Dhea Intan Kusumawardhani

Sarah Fauzia

Penelaah

Sukinah

Novia Restu Windayani

Lia Apriliani

Kontributor

Asep Abdul Azis

Joko Retno

Fathan Ramadhan Diniya

Penyelia/Penyelaras

Supriyatno

Futri F. Wijayanti

Arifin Fajar Satria Utama

Robertus Krishanda W.

Galih Sekarini

Ilustrator

Yohanes Bastian

Editor

Silva Tennisara Pertiwi Isma

Erlina Indarti

Editor Visual

Triyono Indrasiwi Kuncoroaji

Desainer

Marchya Fiorentina

Penerbit

Kementerian Pendidikan Dasar dan Menengah

Dikeluarkan oleh

Pusat Perbukuan

Kompleks Kemendikdasmen Jalan RS. Fatmawati, Cipete, Jakarta Selatan

<https://buku.kemendikdasmen.go.id>

Cetakan Pertama, 2025

ISBN 978-634-00-4480-5 (PDF)

Isi buku ini menggunakan huruf Nunito 10/18 pt, SIL Open Font License & Apache License.
xiv, 202 hlm; 17,6cm × 25cm.



Kata Pengantar

Pusat Perbukuan Kementerian Pendidikan Dasar dan Menengah pada tahun ini menyusun buku nonteks panduan pendidik pendidikan khusus untuk tema kewirausahaan, pendidikan seksual, serta bimbingan dan konseling. Ketiga buku ini hadir sebagai buku panduan praktis bagi pendidik dalam melaksanakan pembelajaran dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan anak berkebutuhan khusus. Buku-buku ini dilengkapi dengan pendekatan yang berorientasi pada pengembangan potensi diri dan kemandirian anak.

Kehadiran buku ini mencerminkan komitmen kuat Pusat Perbukuan untuk meningkatkan kualitas pendidikan khusus serta mendukung anak berkebutuhan khusus dalam memperoleh pendidikan yang bermutu melalui pembelajaran yang sesuai dengan karakteristik, kebutuhan, dan potensinya. Panduan ini dirancang kontekstual dan mudah diadaptasi oleh guru, guru pendidikan khusus, konselor sekolah, orang tua, serta tenaga kependidikan lainnya di berbagai jenjang, jenis, dan layanan pendidikan khusus, baik di satuan pendidikan khusus maupun satuan pendidikan umum maupun pusat layanan khusus lainnya.

Kami berterima kasih kepada semua pihak yang telah berperan dalam penyusunan buku ini. Semoga panduan ini dapat dimanfaatkan secara optimal dalam penyelenggaraan pembelajaran bagi anak berkebutuhan khusus serta mampu meningkatkan kualitas layanan yang mereka terima. Harapannya panduan ini juga dapat memperkuat semangat semua pihak dalam mendukung perkembangan peserta didik pendidikan khusus secara menyeluruh demi masa depan generasi mendatang.

Jakarta, November 2025
Kepala Pusat Perbukuan,

Supriyatno, S.Pd., M.A.





Prakata

Puji syukur dipanjatkan ke hadirat Allah Subhannahu wa Ta'ala, karena dengan rahmat dan karunia-Nya, buku panduan ini dapat tersusun dan hadir di tangan para pembaca. Buku ini disusun dengan semangat untuk menghadirkan ruang belajar yang lebih inklusif, aplikatif, dan bermakna bagi setiap anak.

Pengalaman panjang para pendidik di sekolah luar biasa (SLB) menunjukkan bahwa anak-anak berkebutuhan khusus mampu menunjukkan potensi luar biasa ketika diberi kesempatan untuk berkarya nyata. Dari membuat kerajinan sederhana, merangkai produk kreatif, hingga belajar memasarkan hasil karya mereka, anak-anak membuktikan bahwa kewirausahaan bukanlah hal yang asing, melainkan jalan menuju kemandirian, rasa percaya diri, dan penerimaan sosial.

Isi buku ini tidak hanya menyajikan teori, tetapi juga menghadirkan contoh praktik, asesmen potensi, prinsip pembelajaran, serta strategi kolaborasi dengan orang tua dan komunitas. Buku ini juga menegaskan bahwa kewirausahaan bukan semata-mata soal ekonomi, melainkan sarana pemberdayaan dan pendidikan karakter, khususnya sikap mandiri, bertanggung jawab, bekerja sama, serta berani mencoba hal baru.

Akhir kata, semoga buku ini memberi manfaat nyata, menginspirasi lahirnya praktik-praktik pembelajaran kewirausahaan yang inklusif, serta menjadi bagian dari upaya bersama mewujudkan pendidikan yang memberdayakan semua anak.

Salam hangat penuh semangat,

Dhea Intan dan Sarah Fauzia





Daftar Isi

Kata Pengantar	iii
Prakata	iv
Daftar Isi	v
Daftar Gambar	viii
Daftar Tabel	xi
Petunjuk Penggunaan Buku	xii

Bab 1

Pendahuluan

Siapa Aku dan Apa Potensiku?

A. Tujuan Buku Panduan	5
B. Prinsip Asesmen Potensi Anak untuk Kewirausahaan...	8
C. Asesmen Potensi Anak untuk Kewirausahaan	10
D. Mengapa Kewirausahaan Penting untuk ABK.....	12
E. Realitas Masalah di Sekolah Inklusif.....	13
F. Masalah di Sekolah Inklusif dan Lingkungan Sosial....	13
G. Konsep Kewirausahaan yang Inklusif	16
H. Nilai-Nilai Dasar Kewirausahaan	18
I. Peran Guru sebagai Fasilitator dan Inisiator.....	20
J. Prinsip-Prinsip Pembelajaran Kewirausahaan untuk ABK.....	24



Bab 2

Perencanaan dan Analisis Kewirausahaan untuk Anak Berkebutuhan Khusus

Aku Bisa Karena Ada Ruang

A. Potensi dan Tantangan Anak Berkebutuhan Khusus dalam Kewirausahaan.....	31
B. Solusi Kewirausahaan Anak Berkebutuhan Khusus	42
C. Pangsa Pasar Kewirausahaan bagi Anak Berkebutuhan Khusus.....	44



D. Peluang Usaha Anak Berkebutuhan Khusus	47
E. Analisis SWOT Kewirausahaan untuk Anak Berkebutuhan Khusus	51
F. Uji Kelayakan Usaha bagi Anak Berkebutuhan Khusus	60

Bab 3

Perencanaan Usaha bagi Anak Berkebutuhan Khusus

Menembus Batas, Menjangkau Dunia

A. Kewirausahaan Konvensional.....	71
B. Kewirausahaan Digital.....	73
C. Pengembangan Produk Kreatif.....	76
D. Penentuan Nama Produk	77
E. Desain Logo.....	79
F. Kemasan	79
G. Penentuan Harga Pokok Produk Pesanan.....	80
H. Strategi Pemasaran Digital yang Inklusif	92



Bab 4

Perencanaan Pembelajaran Pengembangan Kewirausahaan bagi Anak Berkebutuhan Khusus

Langkah Kecil Menuju Dunia Usaha

A. Pengertian dan Tujuan Pembelajaran Pengembangan Kewirausahaan bagi Anak Berkebutuhan Khusus	99
B. Strategi dan Langkah-Langkah Pembelajaran Pengembangan Kewirausahaan bagi Anak Berkebutuhan Khusus	99
C. Pendekatan Individual atau Klasikal	111
D. Potensi Anak Berkebutuhan Khusus.....	113
E. Peran Teknologi Asistif dalam Mendukung Kewirausahaan Anak Berkebutuhan Khusus	116



Bab 5

**Implementasi Pembelajaran Kewirausahaan
bagi Anak Berkebutuhan Khusus**
Cahaya dari Layar Kecil



A. Perangkat Pembelajaran Kewirausahaan
Konvensional dan Digital.....123

B. Inovasi Produk yang Dibuat oleh Anak
Berkebutuhan Khusus.....143

C. Sasaran Konsumen dalam Pemasaran Digital
untuk Produk Anak Berkebutuhan Khusus149

Bab 6

**Praktik Baik dan Dukungan dalam Wirausaha
Anak Berkebutuhan Khusus**
Semua Anak Dapat Melakukannya



A. Praktik Baik Wirausaha di SLB dengan Metode
Pemasaran Digital.....157

B. Praktik Baik Wirausaha di Sekolah
Inklusif dengan Metode Pemasaran
Digital dan Konvensional.....172

C. Peran Guru, Keluarga, dan Lingkungan.....180

D. Hubungan Anak Berkebutuhan Khusus dengan
Pelaku Usaha Lain.....183

Glosarium 185

Daftar Pustaka 187

Indeks 190

Profil Pelaku Perbukuan 191



Daftar Gambar

Bab 1

Gambar 1.1	Guru dan anak-anak di bazar sekolah, meja penuh karya kerajinan.	3
Gambar 1.2	Semua anak sedang berwirausaha dengan kemampuannya masing-masing.....	5
Gambar 1.3	Guru memberi arahan.	6
Gambar 1.4	Anak-anak bekerja sama dengan UMKM digital.....	7
Gambar 1.5	Ikon multisensori.....	9
Gambar 1.6	Setiap anak mengerjakan tugas masing-masing.....	10
Gambar 1.7	Anak bekerja sesuai kemampuannya.....	14
Gambar 1.8	Bazar di sekolah.....	15
Gambar 1.9	Semua ABK berkolaborasi di meja kerja.....	17
Gambar 1.10	Guru membantu anak-anak	21
Gambar 1.11	Anak berjualan di <i>Car Free Day</i>	22
Gambar 1.12	Guru mendukung anak.	22
Gambar 1.13	Guru menilai proses.....	23
Gambar 1.14	Semua anak bekerja sama.....	25
Gambar 1.15	Motivasi untuk anak.....	26

Bab 2

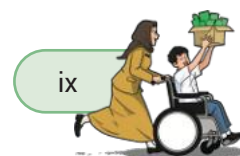
Gambar 2.1	Kanawa bersama Ibu Dera melihat hasil ilustrasi hasil karya Kanawa	28
------------	--	----



Gambar 2.2	Infografis 1 dua sisi potensi (fokus tinggi, keterampilan spesifik, dan konsistensi) dan tantangan (stigma sosial, komunikasi, dan akses pelatihan).	29
Gambar 2.3	Infografis 2 Potensi, Tantangan, dan Solusi	33
Gambar 2.4	Bu Dera melakukan asesmen kewirausahaan terhadap Kanawa.	34
Gambar 2.5	Semua anak dengan berbagai hambatan (lima tokoh) sedang melakukan keahliannya masing-masing.....	39
Gambar 2.6	Rinjani dan Koka sedang berjualan di bazar.....	41
Gambar 2.7	Infografis 3 Jejaring dukungan kewirausahaan Anak Berkebutuhan Khusus.....	42
Gambar 2.9	Pameran produk <i>handmade</i> Anak Berkebutuhan Khusus.....	44
Gambar 2.8	Kanawa menunjukkan hasil desain karyanya kepada Nuca, Koka, Rinjani dan Buna.	44
Gambar 2.10	Infografis 4 Pangsa pasar kewirausahaan anak berkebutuhan khusus potensial.....	45
Gambar 2.11	Pelatihan keterampilan di sekolah.....	47
Gambar 2.12	Infografik 5 Analisis SWOT.....	52
Gambar 2.13	Bu Dera menguji kelayakan usaha dari produk hasil karya Kanawa, Nuca, Koka, Buna, dan Rinjani.....	60
Gambar 2.14	Kolaborasi berbagai pihak untuk mendukung usaha Anak Berkebutuhan Khusus.....	67

Bab 3

Gambar 3.1	Setiap anak mengerjakan tugasnya.	70
Gambar 3.2	Anak mengembangkan produk.....	77
Gambar 3.3	Anak menentukan nama produk.	78
Gambar 3.4	Kanawa menggambar logo.....	78
Gambar 3.5	Koka meraba karton timbul berbentuk huruf “K”.....	79
Gambar 3.6	Nuca menempel stiker “Rajutan Nuca” pada kemasan.....	80
Gambar 3.7	Tampilan layar ponsel dengan berbagai pesan balasan anak.	93



Gambar 3.8	Layar ponsel menampilkan testimoni pembeli.....	93
Gambar 3.9	Anak-anak menunjukkan unggahan produk mereka di media sosial.....	94

Bab 4

Gambar 4.1	Kanawa menggambar desain dengan tabletnya	96
Gambar 4.2	Nuca menunjukkan kealiannya dalam menjahit	96
Gambar 4.3	Koka memasarkan produk melalui live streaming.....	97
Gambar 4.4	Buna dengan telaten mengemas hasil karya teman-temannya.	97
Gambar 4.5	Rinjani mengetik laporan keuangan dengan arahan Bu Dera	98
Gambar 4.6	Poster langkah pembelajaran berbasis proyek.	102
Gambar 4.7	Kanawa, Nuca, Koka, Buna, dan Rinjani bekerja sama dalam sebuah tim	105
Gambar 4.8	Portofolio digital	110
Gambar 4.9	Guru mengajar satu per satu (individual) dan guru di depan kelas (klasikal).....	111
Gambar 4.10	Tipe-tipe hambatan anak berkebutuhan khusus	113

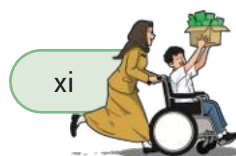
Bab 5

Gambar 5.1	Berani, Kreatif, dan Mandiri.....	129
Gambar 5.2	Langkah-langkah membuat konten	132
Gambar 5.3	Kelompok belajar.....	133
Gambar 5.4	Anak-anak bekerja dalam tim.	135
Gambar 5.5	Anak-anak saling memberi komentar.....	141
Gambar 5.6	Inovasi produk yang dibuat oleh anak berkebutuhan khusus.	143
Gambar 5.7	Persona Konsumen	149
Gambar 5.8	Harapan dan masa depan anak berkebutuhan khusus yang cerah.	154



Bab 6

Gambar 6.1	Pesanan masuk melalui ponsel.....	156
Gambar 6.2	Guru dan anak berdiskusi mengenai hasil produk batik di ruang praktik.....	159
Gambar 6.3	Anak membuat pola batik di kain mori.....	163
Gambar 6.4	Proses mencanting dengan pendampingan guru.....	163
Gambar 6.5	Anak bagian <i>packing</i> sedang mengemas produk.....	163
Gambar 6.6	Anak administrasi mencatat hasil penjualan.....	163
Gambar 6.7	Anak dan guru menampilkan produk batik dalam kegiatan sekolah.....	166
Gambar 6.9	Anak membuat minuman untuk dijual.....	173
Gambar 6.10	Anak membuat roti untuk dijual.....	176
Gambar 6.11	Anak menulis resep.....	177
Gambar 6.12	Anak sudah mandiri dalam berkarya.....	178
Gambar 6.13	Tampilan konter yang memajang hasil karya anak untuk dijual.....	179
Gambar 6.14	Guru mendampingi Rinjani di depan papan tulis digital, membuat jadwal unggahan dengan kode warna. Rinjani tersenyum sambil menandai kalender di laptop.....	180
Gambar 6.15	Ibu Nuca memakai bros buatan anaknya saat acara keluarga.....	181
Gambar 6.16	Bagan Sinergi Dukungan ABK Berwirausaha.....	181
Gambar 6.17	Diagram Peran Lingkungan.....	182
Gambar 6.18	Semua anak bangga bisa berkarya.....	184





Daftar Tabel

Tabel 2.1 Asesmen Kewirausahaan Umum untuk Anak Berkebutuhan Khusus	35
Tabel 2.2 Strategi dalam Kewirausahaan	58
Tabel 2.3 Uji Kelayakan Usaha bagi Anak Berkebutuhan Khusus	61
Tabel 3.1 Daftar kebutuhan bahan	83
Tabel 3.2 Biaya peralatan perawatan rambut	86
Tabel 3.3 Biaya pemakaian peralatan	87
Tabel 3.4 Bahan salon kecantikan	88
Tabel 3.5 Bahan perawatan wajah dan badan	89
Tabel 3.6 Biaya gaji karyawan salon kecantikan	89
Tabel 3.7 Biaya lain-lain	89
Tabel 3.8 Proyeksi pendapatan satu bulan	90
Tabel 4.1 Langkah pembiasaan pemasaran digital	104
Tabel 4.2 Rubrik Penilaian	106
Tabel 4.3 Portofolio digital dalam pembelajaran kewirausahaan	108
Tabel 4.4 Penggunaan teknologi asistif dalam strategi pembelajaran kewirausahaan	118
Tabel 5.1 Modul Pembelajaran	126
Tabel 5.2 Aspek evaluasi pada pembelajaran pemasaran digital	142
Tabel 5.3 Kesesuaian produk dengan sasaran konsumen	151





Petunjuk Penggunaan Buku

Buku ini dirancang sebagai panduan bagi guru dalam mempersiapkan peserta didik berkebutuhan khusus di SLB maupun sekolah reguler agar mampu berwirausaha. Isi buku terdiri atas enam bab utama, yang masing-masing mengangkat tema berbeda. Tiap bab disajikan dalam bentuk cerita yang melibatkan berbagai tokoh, seperti siswa, guru, orang tua, dan masyarakat sekitar.

Setiap bab diawali dengan prolog serta dilengkapi kisah yang memperkuat pemahaman materi kewirausahaan. Untuk memperkaya penyajian, buku ini juga menampilkan ilustrasi dan infografis yang berfungsi memperjelas isi materi sekaligus meningkatkan daya tarik pembaca.





Pengenalan Tokoh



Buna

Anak dengan hambatan intelektual. Keahlian: pengemasan produk.

Rinjani

Anak dengan hambatan motorik. Keahlian: sebagai admin dan menjadwalkan konten.

Kanawa

Anak dengan gangguan autisme. Keahlian: sebagai desainer grafis dan ilustrator.

Nuca

Anak dengan hambatan pendengaran. Keahlian: menjahit dan menjadi konten kreator.

Koka

Anak dengan hambatan penglihatan. Keahlian: sebagai pengisi suara dan narator.

Ibu guru yang senantiasa mendampingi dan memberikan pelajaran kepada peserta didik yang memiliki beragam hambatan dan gangguan agar dapat memiliki kemandirian masing-masing.



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DASAR DAN MENENGAH
REPUBLIK INDONESIA, 2025

Asyiknya Berwirausaha: Mimpi Jadi Nyata
Kewirausahaan bagi Anak Berkebutuhan Khusus

Penulis: Dhea Intan Kusumawardhani dan Sarah Fauzia
ISBN 978-634-00-4480-5 (PDF)

BAB

1

Pendahuluan

Siapa Aku dan Apa Potensiku?





Prolog

Saya Bu Dera, seorang guru yang telah lebih dari sepuluh tahun kebersamaan dengan anak-anak hebat dengan beragam kebutuhan khusus. Dalam setiap langkah perjalanan saya sebagai pendidik, ada satu hal yang selalu menggetarkan hati: semangat belajar anak-anak ketika mereka diajak melakukan sesuatu yang nyata, sesuatu yang bisa mereka lihat, rasakan, dan bangga dengan hasilnya.

Masih teringat dengan sangat jelas sebuah pengalaman yang hingga kini menjadi penguat semangat saya. Saat itu, sekolah kami mengadakan sebuah bazar kecil di halaman sekolah. Tidak ada dekorasi mewah, hanya meja panjang beralas kain sederhana. Namun, di atas meja itu, tersusun karya-karya luar biasa hasil tangan anak-anak: gantungan kunci dari kain perca, vas bunga cantik dari botol plastik bekas, dan kue kering sederhana yang mereka buat dengan penuh kesabaran bersama guru.

Ketika pengunjung mulai datang, mata anak-anak berbinar melihat karya mereka dipajang. Ada yang malu-malu, ada yang dengan bangga menunjuk produknya, bahkan ada yang spontan menawarkan kepada tamu untuk mencoba kue buatan mereka. Senyum mereka, tawa riang terdengar, dan yang paling berkesan: rasa percaya diri mereka tumbuh seketika. Anak-anak yang biasanya pendiam pun berani bercerita tentang hasil karyanya.

Hari itu saya menyadari sesuatu yang amat berharga: **bagi anak berkebutuhan khusus, pengalaman berwirausaha sederhana bisa menjadi jembatan menuju pengakuan, penghargaan, dan kemandirian.** Mereka tidak hanya membuat produk, tetapi juga membuktikan kepada diri sendiri dan orang lain bahwa mereka mampu berkarya (Astuti, 2022).





Gambar 1.1 Guru dan anak-anak di bazar sekolah, meja penuh karya kerajinan.

Bagi anak-anak berkebutuhan khusus, wirausaha bukan sekadar jual beli barang. Wirausaha adalah ruang untuk membuktikan bahwa mereka bisa, mereka berharga, dan mereka memiliki potensi yang patut diapresiasi (Kustawan, 2016). Dari pengalaman itu, saya semakin yakin bahwa pendidikan kewirausahaan bukanlah tambahan pelengkap, melainkan bagian inti dari proses pendidikan yang memanusiakan anak (Somantri, 2020).



Namun, pada kenyataannya, tidak semua guru memiliki panduan atau inspirasi untuk memulai. Banyak guru yang merasa bahwa kewirausahaan terlalu rumit untuk diajarkan kepada murid berkebutuhan khusus. Ada pula yang khawatir jika anak-anak tidak mampu mengikutinya. Padahal, yang dibutuhkan hanyalah keberanian untuk mencoba, kesabaran untuk mendampingi, serta panduan praktis untuk melakukan.

Buku ini hadir sebagai jawaban atas kebutuhan itu. Buku ini tidak hanya berisi teori, tetapi juga kumpulan praktik yang bisa langsung dijalankan di kelas nyata. Panduan ini mendorong guru untuk melihat bukan pada apa yang tidak bisa dilakukan anak, melainkan pada apa yang bisa mereka lakukan. Langkah keterampilan menjahit sederhana, mengemas barang, hingga memasarkan produk secara digital, misalnya, merupakan bagian dari proses menuju kemandirian (Direktorat Guru dan Tenaga Kependidikan Pendidikan Dasar dan Menengah, 2020).

“Semua anak bisa berkarya. Kita hanya perlu memberi ruang dan kepercayaan.”



A. Tujuan Buku Panduan

Buku panduan ini disusun untuk menghadirkan pendidikan kewirausahaan yang inklusif, aplikatif, dan bermakna bagi anak berkebutuhan khusus (ABK) (Direktorat Guru dan Tenaga Kependidikan Pendidikan Dasar dan Menengah, 2020). Guru memiliki tanggung jawab strategis, tidak hanya dalam mengajarkan keterampilan akademik, tetapi juga dalam membekali anak dengan keterampilan hidup yang relevan untuk masa depan mereka.

Ada beberapa tujuan utama penggunaan buku panduan ini.

1. Sumber panduan praktis

Buku ini merupakan panduan tentang keilmuan kewirausahaan, yang meliputi pendahuluan, perencanaan dan analisis kewirausahaan untuk anak berkebutuhan khusus, perencanaan usaha bagi anak berkebutuhan khusus, perencanaan pembelajaran pengembangan kewirausahaan bagi anak berkebutuhan khusus, implementasi pembelajaran kewirausahaan bagi anak berkebutuhan khusus, dan praktik baik anak berkebutuhan khusus. Buku ini juga memuat contoh-contoh praktik baik yang bisa digunakan di sekolah.

Contoh



Gambar 1.2 Semua anak sedang berwirausaha dengan kemampuannya masing-masing.



2. Alat penguat peran guru

Buku ini menegaskan bahwa guru tidak hanya menyampaikan materi, tetapi juga berperan sebagai fasilitator yang merancang pengalaman belajar sesuai potensi anak.

Contoh

Guru mendampingi Kanawa, anak dengan autisme, dalam mengatur warna desain, bukan sekadar memberi instruksi teknis.



Gambar 1.3 Guru memberi arahan.

3. Penuntun strategis penerapan pembelajaran

Buku ini berfungsi menjembatani konsep kewirausahaan dengan praktik nyata di sekolah. Guru sering bingung bagaimana menghubungkan teori wirausaha dengan kebutuhan anak. Panduan ini menawarkan contoh diferensiasi (Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan, 2022).



4. Referensi kolaborasi sekolah dan komunitas

Buku ini mendorong keterlibatan orang tua, UMKM, dan komunitas lokal agar anak memiliki pengalaman belajar nyata. Melalui buku ini, anak juga diharapkan dapat berlatih kemandirian, tanggung jawab, inisiatif, pemecahan masalah, komunikasi, dan kerja sama.

Contoh

Kerja sama dengan pelaku UMKM digital untuk melatih anak memasarkan produk secara *online*.



Gambar 1.4 Anak-anak bekerja sama dengan UMKM digital.

5. Instrumen perubahan paradigma

Buku ini menegaskan bahwa kewirausahaan adalah hak semua anak, bukan hanya milik mereka yang unggul secara akademik (Santoso, 2019). Selain itu, melalui buku ini, anak juga diharapkan dapat berlatih kemandirian, tanggung jawab, inisiatif, kemampuan memecahkan masalah, komunikasi, dan kerja sama.



B. Prinsip Asesmen Potensi Anak untuk Kewirausahaan

Sebelum keterampilan kewirausahaan diajarkan di kelas, pendidik perlu memahami terlebih dahulu siapa anaknya, apa yang mereka sukai, dan bagaimana cara terbaik mereka untuk belajar. Tidak semua anak cocok dengan peran yang sama: ada yang lebih kuat dalam keterampilan visual, ada yang terampil dengan tangan, ada pula yang unggul dalam komunikasi. Di sinilah asesmen menjadi langkah awal yang krusial. Dengan asesmen, guru dapat menemukan potensi tersembunyi anak dan mengarahkan mereka pada aktivitas kewirausahaan yang sesuai. Lebih jauh, asesmen juga membantu memastikan bahwa setiap anak memperoleh pengalaman belajar yang adil, relevan, dan bermakna.

Sebelum merancang program kewirausahaan, guru perlu melakukan asesmen. Asesmen adalah proses sistematis untuk mengenali minat, bakat, keterampilan, serta kebutuhan dukungan anak (Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi, 2020). Dengan asesmen, guru tidak lagi sekadar menebak kemampuan, tetapi memiliki dasar objektif untuk menempatkan anak pada peran kewirausahaan yang tepat.

1. Prinsip dasar asesmen

Agar asesmen berjalan efektif, guru perlu berpegang pada sejumlah prinsip yang memastikan prosesnya berpihak pada anak. Prinsip-prinsip ini menekankan bahwa setiap anak memiliki kekuatan yang dapat dikembangkan, serta menuntut asesmen dilakukan secara adil, menyeluruh, dan berkelanjutan (Santoso, 2019).

- a. Berbasis potensi: fokus pada kekuatan, bukan keterbatasan.
- b. Multisensori: penggunaan asesmen visual, audio, praktik langsung, bukan hanya tes tertulis.
- c. Kontekstual: aktivitas asesmen disesuaikan dengan situasi nyata, seperti simulasi jual beli, praktik menggambar, atau praktik menjahit.
- d. Berkelanjutan: asesmen yang dilakukan berulang, bukan sekali saja.
- e. Kolaboratif: pelibatan guru, orang tua, bahkan teman sebaya.





Gambar 1.5 Ikon multisensori.

2. Langkah-langkah asesmen

Setelah memahami prinsip-prinsipnya, guru perlu menerapkan asesmen dalam langkah-langkah praktis yang sederhana, terstruktur, dan mudah dilaksanakan di kelas. Langkah-langkah ini membantu guru menggali informasi dari berbagai sumber, menguji kemampuan anak melalui praktik, sekaligus mendokumentasikan perkembangan mereka secara berkesinambungan (Astuti, 2022).

- a. Observasi kegiatan sehari-hari: guru mengamati minat anak ketika beraktivitas.
- b. Wawancara dan kuesioner sederhana: guru menggali informasi dari anak, orang tua, atau guru lain.
- c. Tes praktik/simulasi: anak diberi tugas singkat, seperti melipat kertas, menjahit, membaca keras, atau menggambar digital.
- d. Pemetaan potensi: hasil observasi dikaitkan dengan jenis peran dalam wirausaha, seperti produksi, desain, *packaging*/pengemasan, dan administrasi.
- e. Refleksi dan dokumentasi: guru menuliskan profil anak dan rekomendasi peran yang sesuai, serta memperbaruinya seiring perkembangan anak atau situasi.



C. Asesmen Potensi Anak untuk Kewirausahaan

Berikut adalah contoh asesmen potensi anak yang dapat dilakukan oleh guru. Berdasarkan hasil observasi, guru dapat mencatat keterbatasan, potensi dalam kewirausahaan, dan dukungan yang dibutuhkan agar potensi anak maksimal (Astuti, 2022).



Gambar 1.6 Setiap anak mengerjakan tugas masing-masing.

1. Koka (hambatan penglihatan)

- Hasil observasi: Koka senang berbicara tentang hal-hal yang ia dengar di radio dan mampu menirukan intonasi penyiar dengan cukup tepat. Ia juga memiliki kebiasaan menghafal lirik lagu ataupun puisi, kemudian membacakannya ulang dengan ekspresi yang hidup. Ia unggul dalam mengingat materi dari suara.
- Keterbatasan: sulit mengakses konten visual, butuh pendamping navigasi.
- Potensi kewirausahaan: *voice over*/narator.
- Dukungan: perangkat rekam audio, naskah braille/audio, latihan vokal. Contoh tugas: merekam narasi promosi “Sabun Herbal Ramah Lingkungan”.



2. Nuca (hambatan pendengaran)

- a. Observasi: Nuca sangat tekun menjahit kain sisa menjadi pola kecil dan menunjukkan ketelitian pada detail jahitan. Ia juga gemar menggunakan aplikasi di gawainya untuk menambahkan teks atau stiker pada foto hasil karyanya, lalu membagikannya ke teman sebaya. Ia unggul dalam mempraktikkan kegiatan yang bersifat visual.
- b. Keterbatasan: sulit memahami instruksi lisan.
- c. Potensi: menjahit dan konten kreator.
- d. Dukungan: instruksi visual, aplikasi *editing* dengan teks, pendamping isyarat. Contoh tugas: membuat *pouch*/kantong kain dan membuat video tutorial yang disertai subtitel.

3. Buna (hambatan intelektual)

- a. Observasi: Buna sangat suka menyusun botol kosong dengan urutan warna tertentu, dan ia akan merasa puas jika pola susunannya tidak berubah. Ia juga senang menempel stiker pada kertas bergambar dan berulang kali memeriksa posisinya agar rapi. Ia masih bisa memahami instruksi yang jelas.
- b. Keterbatasan: sulit memahami konsep abstrak.
- c. Potensi: *packing*/pengemasan.
- d. Dukungan: instruksi bergambar, supervisi ringan, latihan rutin. Contoh tugas: menempel stiker pada botol minuman herbal.

4. Rinjani (hambatan motorik)

- a. Observasi: mobilitas tangan terbatas, tetapi bisa mengoperasikan gawai. Ia mahir dalam menggunakan aplikasi terbaru.
- b. Keterbatasan: sulit melakukan pekerjaan fisik berat.
- c. Potensi: admin dan penjadwalan konten.
- d. Dukungan: gawai aksesibel, aplikasi *planner*, meja ergonomis. Contoh tugas: mengatur jadwal posting Instagram sekolah.



5. Kanawa (autisme)

- a. Observasi: Kanawa senang menggambar pola geometris berulang dengan warna tertentu, misalnya menyusun segitiga biru dan merah dalam deretan panjang. Ia juga betah menggunakan aplikasi desain sederhana untuk mengubah warna latar belakang hingga sesuai dengan desain yang ia bayangkan. Ia termasuk anak *high functioning* sehingga masih bisa melakukan aktivitas bina diri.
- b. Keterbatasan: sensitif pada kebisingan, komunikasi sosial terbatas.
- c. Potensi: desain grafis dan ilustrator.
- d. Dukungan: ruang kerja tenang, aplikasi desain sederhana, penguatan positif.
Contoh: membuat desain stiker “Snack Sehat”.

D. Mengapa Kewirausahaan Penting untuk ABK

Pendidikan bagi anak berkebutuhan khusus di Indonesia kini berkembang dari paradigma rehabilitatif menuju partisipatif dan transformatif. Anak tidak lagi dilihat hanya sebagai penerima layanan, tetapi sebagai individu yang memiliki potensi untuk berkontribusi (Kustawan, 2016). Buku ini dibuat agar guru lebih termotivasi untuk memberikan pelajaran dalam berwirausaha kepada anak didiknya.

Kewirausahaan menjadi solusi strategis karena menawarkan hal berikut:

- a. fleksibilitas tinggi: menyesuaikan dengan kemampuan anak;
- b. *learning by doing* (belajar sambil melakukan): anak belajar langsung melalui praktik;
- c. peningkatan rasa percaya diri: produk yang dihargai menumbuhkan kebanggaan;
- d. sumber penghasilan sederhana: produk bisa dijual di bazar atau media sosial;
- e. penerimaan sosial: masyarakat lebih menghargai anak ketika melihat produk mereka digunakan (Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan, 2022).



E. Realitas Masalah di Sekolah Inklusif

Meskipun penting, kewirausahaan di sekolah inklusif menghadapi banyak hambatan, di antaranya sebagai berikut (Direktorat Guru dan Tenaga Kependidikan Pendidikan Dasar dan Menengah, 2020).

1. **Keterbatasan sumber daya:** fasilitas praktik minim, alat sederhana, guru tidak berlatar belakang wirausaha.
2. **Kurikulum generik:** pembelajaran tidak menyesuaikan potensi lokal sehingga keterampilan anak kurang relevan.
3. **Kegiatan temporer:** wirausaha hanya muncul saat bazar sehingga tidak berkelanjutan.
4. **Kurangnya kolaborasi:** satuan pendidikan memiliki sedikit jejaring dengan UMKM atau koperasi.

F. Masalah di Sekolah Inklusif dan Lingkungan Sosial

Tidak semua ABK menempuh pendidikan di SLB. Sebagian besar ABK justru belajar di sekolah umum melalui skema pendidikan inklusif. Hal ini menunjukkan bahwa sistem pendidikan di Indonesia sebenarnya berkomitmen untuk memberikan akses setara, tetapi praktik di lapangan masih menghadapi tantangan yang kompleks (Direktorat Guru dan Tenaga Kependidikan Pendidikan Dasar dan Menengah, 2021).

Bagi sekolah umum, status sebagai sekolah inklusif sering menimbulkan dilema. Di satu sisi, sekolah ingin memegang prinsip inklusif dan memberikan kesempatan belajar yang sama. Namun, di sisi lain, orientasi pembelajaran yang bersifat akademis yang masih sangat kuat membuat kegiatan nonakademik, termasuk kewirausahaan, kurang mendapat perhatian. Akibatnya, potensi anak dalam bidang vokasional tidak berkembang secara maksimal.



1. Fokus terhadap aspek akademik yang dominan

Banyak sekolah umum terlalu menitikberatkan pada pencapaian nilai akademik, seperti matematika, bahasa, atau sains. Kurikulum didesain untuk mengejar standar ujian nasional atau asesmen sumatif. Dalam konteks ini, anak-anak ABK sering dipandang sebagai kelompok yang “tidak mampu bersaing” dalam bidang akademik (Somantri, 2020).

Misalnya, seorang anak dengan hambatan intelektual mungkin kesulitan menguasai rumus matematika, tetapi ia sangat teliti ketika diberi tugas mengemas barang atau membuat konten video. Sayangnya, sekolah jarang memberi ruang untuk mengembangkan potensi ini. Akibatnya, anak tidak merasa dihargai di sekolah dan kehilangan motivasi belajar.

2. Stigma dan minimnya pemahaman tentang ABK

Tantangan berikutnya adalah stigma. Masih banyak guru, orang tua, bahkan teman sebaya yang memandang ABK sebagai “beban” dalam kegiatan produktif. Pandangan ini berakar pada asumsi bahwa ABK tidak mampu bekerja secara mandiri. Padahal, dengan penyesuaian yang dibutuhkan, mereka bisa memberikan kontribusi nyata (Santoso, 2019).



Gambar 1.7 Anak bekerja sesuai kemampuannya.



3. Kegiatan wirausaha sekolah yang kurang inklusif

Banyak sekolah umum memiliki kegiatan ekonomi, seperti koperasi siswa, kantin sehat, atau bazar tahunan. Namun, keterlibatan ABK dalam kegiatan tersebut masih minim. Mereka sering ditempatkan hanya sebagai pengunjung atau penonton, bukan sebagai pelaku. Padahal, koperasi dan bazar dapat menjadi ruang belajar wirausaha yang sangat inklusif jika dikelola dengan tepat (Astuti, 2022).

Contohnya adalah sebagai berikut.

- Anak dengan hambatan motorik bisa berperan sebagai pencatat transaksi dengan menggunakan aplikasi sederhana.
- Anak dengan hambatan pendengaran dapat melayani pembeli dengan bantuan daftar barang dan harga visual.
- Anak dengan hambatan intelektual dapat membantu menata meja atau mengemas barang dagangan.



Diberi Peran

Dibiarkan Sendiri

Gambar 1.8 Bazar di sekolah.



4. Minimnya dukungan dari masyarakat

Tantangan lain muncul dari luar sekolah. Produk karya anak ABK sering dianggap hanya sebagai hasil hobi. Membeli produknya pun sering didasarkan pada rasa iba, bukan sebagai produk bernilai ekonomi. Pandangan ini melemahkan rasa percaya diri anak.

Terdapat contoh baik di Sleman, Yogyakarta, yaitu sebuah koperasi desa ikut memasarkan produk kerajinan buatan anak inklusif. Hasilnya, masyarakat lebih menghargai karya mereka, dan anak-anak merasa bangga karena produk mereka dipakai di rumah-rumah warga (Astuti, 2022). Contoh lainnya, di sebuah sekolah dasar inklusif di Jakarta, seorang anak dengan hambatan motorik dilibatkan sebagai “admin” bazar sekolah. Ia bertugas mencatat urutan stan dan jadwal tampil. Anak tersebut merasa penting, berharga, dan dibutuhkan (Santoso, 2019).

Dua kasus tersebut menunjukkan betapa besar dampak partisipasi terhadap harga diri anak. Sebaliknya, ada sekolah inklusif lain yang tidak melibatkan seorang anak dengan hambatan pendengaran. Ia hanya duduk di pojok bazar tanpa peran apa pun. Ia merasa terasing, minder, dan kehilangan semangat.

G. Konsep Kewirausahaan yang Inklusif

Kewirausahaan inklusif merupakan sebuah pendekatan yang membuka ruang partisipasi bagi semua individu, termasuk anak berkebutuhan khusus, untuk terlibat dalam aktivitas ekonomi yang produktif. Konsep ini menjadi sangat relevan dalam konteks pendidikan karena tidak hanya berbicara tentang keuntungan finansial, tetapi juga pemberdayaan, kemandirian, dan penerimaan sosial (Kustawan, 2016; Somantri, 2020).

1. Apa itu kewirausahaan inklusif?

Ada empat prinsip utama dalam kewirausahaan inklusif:

- a. pemberdayaan berbasis kekuatan: fokus pada keuletan, kreativitas, dan keterampilan unik anak, bukan pada keterbatasannya;



- b. akses yang adil: semua anak memiliki kesempatan untuk ikut serta, tanpa diskriminasi;
- c. penyesuaian peran dan tugas: kegiatan dipecah menjadi langkah-langkah kecil agar anak dapat berkontribusi sesuai kemampuan;
- d. kolaborasi dalam keberagaman: anak, guru, dan masyarakat bekerja bersama dalam suatu sistem usaha.

2. Mengapa kewirausahaan inklusif itu penting?

Alasan pentingnya kewirausahaan inklusif untuk dilakukan adalah menghormati keragaman kemampuan anak, menyiapkan anak untuk masa depan yang lebih mandiri, menumbuhkan rasa percaya diri, mengajarkan nilai tanggung jawab dan kejujuran, serta mengubah pandangan masyarakat terhadap ABK dari objek belas kasihan menjadi subjek produktif (Direktorat Guru dan Tenaga Kependidikan Pendidikan Dasar dan Menengah, 2020).

3. Contoh konkret peran anak dalam kewirausahaan

- a. Koka: narator atau *voice over* dalam promosi produk digital.
- b. Nuca: menjahit produk sederhana sekaligus membuat desain konten kreatif.
- c. Buna: melakukan pengemasan produk.
- d. Rinjani: admin yang mengatur jadwal posting media sosial.
- e. Kanawa: desainer grafis, ilustrator, dan pencipta mood visual produk.



Gambar 1.9 Semua ABK berkolaborasi di meja kerja.



Dengan kolaborasi ini, sebuah usaha sekolah bisa berjalan sebagai simulasi usaha nyata. Anak-anak belajar saling melengkapi, sementara guru menjadi fasilitator yang memastikan semua potensi terwadahi.

H. Nilai-Nilai Dasar Kewirausahaan

Nilai-nilai dasar kewirausahaan merupakan prinsip, sikap, dan karakter yang menjadi landasan utama dalam membangun dan menjalankan sebuah usaha. Dalam perspektif pendidikan, termasuk pendidikan di sekolah inklusif, nilai-nilai ini tidak hanya dipahami sebagai aspek moral, tetapi juga sebagai keterampilan hidup (*life skills*) yang menuntun peserta didik untuk mampu berpikir dan bertindak secara mandiri, kreatif, dan bertanggung jawab. Menurut Zimmerer dan Scarborough (2008), kewirausahaan bukan hanya tentang penciptaan produk atau memperoleh keuntungan, tetapi juga tentang pembentukan pola pikir (*mindset*) yang disiplin, inovatif, dan berorientasi pada solusi.

Secara luas, nilai-nilai dasar kewirausahaan berfungsi sebagai fondasi perilaku kewirausahaan yang positif. Nilai-nilai seperti disiplin, kreativitas, kerja keras, tanggung jawab, kejujuran, keberanian mengambil risiko, serta kemampuan bekerja sama menjadi penentu keberhasilan seseorang dalam mengelola dan mengembangkan usaha. Kasmir (2016) menjelaskan bahwa nilai-nilai ini membuat seorang wirausaha mampu menjaga kualitas kerja, mengembangkan ide baru, serta bertahan dalam menghadapi dinamika dan tantangan bisnis.

Dalam konteks sekolah inklusif, nilai-nilai dasar kewirausahaan memiliki makna sosial yang lebih mendalam. Nilai-nilai tersebut berfungsi untuk memberdayakan seluruh siswa, termasuk siswa berkebutuhan khusus, agar mampu mengenali potensi diri, meningkatkan kepercayaan diri, dan menumbuhkan pola pikir produktif. Hisrich, Peters, dan Shepherd (2013) menyatakan bahwa pendidikan kewirausahaan efektif apabila mampu menanamkan karakter positif yang membuat anak berkebutuhan khusus mampu mengambil inisiatif, memecahkan masalah, serta beradaptasi dengan perubahan.



Disiplin membantu anak berkebutuhan khusus mengembangkan kebiasaan kerja yang teratur dan bertanggung jawab terhadap tugasnya. Kreativitas mendorong mereka menghasilkan ide-ide baru dan menemukan cara berbeda untuk memecahkan masalah. Tanggung jawab mengajarkan siswa untuk menghargai proses dan hasil kerja, serta memahami konsekuensi dari setiap tindakan. Ketiga nilai tersebut, menurut Robbins dan Judge (2017), merupakan bagian dari manajemen diri dan kepemimpinan diri yang sangat penting bagi perkembangan individu dalam bekerja dan berinteraksi.

Dalam konteks sekolah inklusif, disiplin menjadi keterampilan hidup yang sangat penting bagi seluruh peserta didik, termasuk siswa berkebutuhan khusus (ABK). Disiplin membantu siswa memahami struktur, rutinitas, dan tanggung jawab dalam kegiatan usaha. Kasmir (2016) menekankan bahwa kedisiplinan merupakan sikap dasar yang diperlukan untuk menjaga keberlangsungan usaha, terutama pada usaha kecil yang dikelola secara sederhana. Melalui kedisiplinan, siswa belajar menghargai waktu, menyelesaikan tugas tepat waktu, dan menepati komitmen yang telah dibuat.

Kreativitas merupakan kemampuan menghasilkan gagasan baru, unik, dan bermanfaat yang dapat digunakan untuk memecahkan masalah atau menciptakan nilai tambah. Dalam dunia kewirausahaan, kreativitas menjadi jantung dari inovasi dan perkembangan usaha. Seorang wirausaha yang kreatif mampu memandang sesuatu dari sudut pandang yang berbeda, melihat peluang di balik keterbatasan, serta mengubah ide sederhana menjadi produk atau layanan yang memiliki nilai ekonomi. Menurut Drucker (1985), kreativitas adalah sumber utama inovasi karena memicu munculnya cara-cara baru dalam melakukan sesuatu sehingga menghasilkan nilai bagi pelanggan maupun masyarakat.

Kreativitas bukan hanya terkait dengan seni atau desain, tetapi juga mencakup kemampuan berpikir fleksibel, menemukan alternatif solusi, serta mengembangkan pendekatan personal dalam menyelesaikan tugas. Pembelajaran kewirausahaan dapat menjadi sarana efektif untuk menstimulasi kreativitas ABK melalui kegiatan yang merangsang imajinasi, eksplorasi, dan eksperimen. Aktivitas seperti membuat produk kerajinan, mengolah makanan sederhana, mendesain kemasan, atau memodifikasi bahan bekas menjadi produk bernilai dapat memperkaya pengalaman belajar mereka.



Tanggung jawab dalam kewirausahaan juga mencakup kemampuan mengelola waktu, menyelesaikan pekerjaan sesuai standar kualitas, serta menjaga kepercayaan orang lain. Seorang wirausaha bertanggung jawab harus mampu konsisten dengan komitmen, baik dalam memenuhi jadwal produksi, mengelola catatan keuangan, maupun memberikan pelayanan yang memuaskan. Pada anak berkebutuhan khusus, penguatan nilai tanggung jawab dapat dilakukan melalui kegiatan yang terstruktur, pembagian tugas sederhana, penggunaan alat bantu visual, serta pembiasaan rutinitas yang jelas. Hal ini selaras dengan prinsip pedagogi inklusif yang menekankan pembelajaran berbasis pengalaman nyata (*experiential learning*).

Dengan demikian, nilai-nilai dasar kewirausahaan bukan hanya sekadar teori, tetapi merupakan prinsip hidup yang membentuk karakter anak berkebutuhan khusus agar mampu bersaing secara positif, bekerja sama, dan beradaptasi dalam dunia yang terus berkembang. Penerapan nilai-nilai ini dalam pembelajaran kewirausahaan di sekolah inklusif tidak hanya menghasilkan produk usaha, tetapi juga menumbuhkan karakter mandiri, percaya diri, dan siap menghadapi kehidupan nyata.

I. Peran Guru sebagai Fasilitator dan Inisiator

Dalam konteks kewirausahaan inklusif, guru adalah aktor utama yang menentukan apakah anak-anak berkebutuhan khusus benar-benar dapat terlibat aktif atau sekadar menjadi penonton (Direktorat Guru dan Tenaga Kependidikan Pendidikan Dasar dan Menengah, 2021). Peran guru melampaui fungsi tradisional sebagai pengajar karena mereka juga menjadi fasilitator, motivator, mediator, bahkan inisiator yang membuka peluang.

1. Guru sebagai fasilitator

Guru menciptakan lingkungan belajar yang aman, inklusif, dan suportif terhadap eksplorasi anak. Guru menyiapkan alat praktik sesuai kebutuhan, menyusun instruksi multisensori, serta memberi ruang waktu lebih bagi anak untuk mencoba.



Sebagai contoh, ketika mengajarkan keterampilan menjahit, guru menyiapkan jarum tumpul dengan pegangan besar agar mudah digunakan anak dengan hambatan motorik, serta menyediakan pola kain bergambar untuk memandu anak dengan hambatan intelektual.



Gambar 1.10 Guru membantu anak-anak.

2. Guru sebagai aktivator dan kolaborator

Guru menghubungkan dunia sekolah dengan dunia nyata. Mereka berani membawa karya anak keluar dari kelas, mempertemukan anak dengan komunitas usaha, serta membangun jejaring dengan UMKM atau pasar lokal.

Misalnya, guru mengajak anak-anak membuka lapak sederhana di *Car Free Day*. Koka menjadi narator promosi, Nuca menjahit *pouch* di tempat, Buna mengemas produk, Rinjani mencatat transaksi, dan Kanawa mendesain spanduk.





Gambar 1.11 Anak berjualan di *Car Free Day*.

3. Guru sebagai motivator

Guru menjadi sumber semangat dan penguat rasa percaya diri anak. ABK sering menghadapi hambatan internal berupa rasa minder, takut gagal, atau trauma diejek. Guru harus konsisten memberi penguatan positif setiap kali anak berusaha.

Contoh: ketika jahitan Nuca tidak rapi, guru berkata, "Bagus, kamu sudah berusaha. Mari kita coba lagi supaya lebih kuat."



Gambar 1.12 Guru mendukung anak.



4. Guru sebagai penilai proses

Penilaian dalam kewirausahaan inklusif tidak hanya berfokus pada hasil akhir, melainkan juga proses pembelajaran. Guru menilai sikap, konsistensi, kerja sama, dan ketekunan anak.

Contoh: setelah bazar sekolah, guru mengajak anak berdiskusi santai. Rinjani berkata bahwa ia senang bisa mencatat jadwal posting media sosial meskipun sempat kesulitan.



Gambar 1.13 Guru menilai proses.



J.

Prinsip-Prinsip Pembelajaran Kewirausahaan untuk ABK

Agar kewirausahaan benar-benar menjadi ruang pemberdayaan, pembelajaran harus berlandaskan prinsip-prinsip ramah ABK (Direktorat Guru dan Tenaga Kependidikan Pendidikan Dasar dan Menengah, 2020; Astuti, 2022).

- **Experiential learning** (pembelajaran berbasis pengalaman): anak belajar dengan mencoba, gagal, memperbaiki, lalu mencoba kembali.
- **Project-based learning** (pembelajaran berbasis proyek): pembelajaran didasarkan pada proyek nyata yang menghasilkan produk.
- **Differentiated instruction** (instruksi berdiferensiasi): peran anak disesuaikan berdasarkan kekuatan masing-masing.
- **Multisensori dan komunikasi visual**: pembelajaran menggunakan instruksi dengan media gambar, warna, audio, simbol.
- **Positive reinforcement** (penguatan positif): setiap usaha anak dihargai meskipun belum sempurna.
- **Kolaborasi tim**: anak belajar bahwa usaha tidak bisa diselesaikan sendiri.

Contoh integratif dari pembelajaran kewirausahaan adalah proyek penjualan stiker sekolah. Kanawa mendesain stiker, Koka membaca narasi promosi, Nuca menjahit kantong kemasan, Buna menempel label, dan Rinjani menjadwalkan unggahan media sosial.



Gambar 1.14 Semua anak bekerja sama.





Penutup

Bab ini menegaskan bahwa kewirausahaan bukanlah tambahan, melainkan bagian integral dari pendidikan inklusif (Direktorat Guru dan Tenaga Kependidikan Pendidikan Dasar dan Menengah, 2021). Proses wirausaha mengajarkan anak berkebutuhan khusus tentang kemandirian, kerja sama, rasa percaya diri, dan nilai karakter.

Ada empat poin penting yang harus ditekankan:

1. kewirausahaan inklusif adalah sarana pemberdayaan;
2. guru adalah kunci keberhasilan;
3. kolaborasi adalah energi;
4. karakter adalah fondasi.



Gambar 1.15 Motivasi untuk anak.

“Semua anak bisa berkarya. Kita hanya perlu memberi ruang dan kepercayaan.”



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DASAR DAN MENENGAH
REPUBLIK INDONESIA, 2025

Asiknya Berwirausaha: Mimpi Jadi Nyata
Kewirausahaan bagi Anak Berkebutuhan Khusus

Penulis: Dhea Intan Kusumawardhani dan Sarah Fauzia
ISBN 978-634-00-4480-5 (PDF)

BAB

2

Perencanaan dan Analisis Kewirausahaan untuk Anak Berkebutuhan Khusus

Aku Bisa Karena Ada Ruang



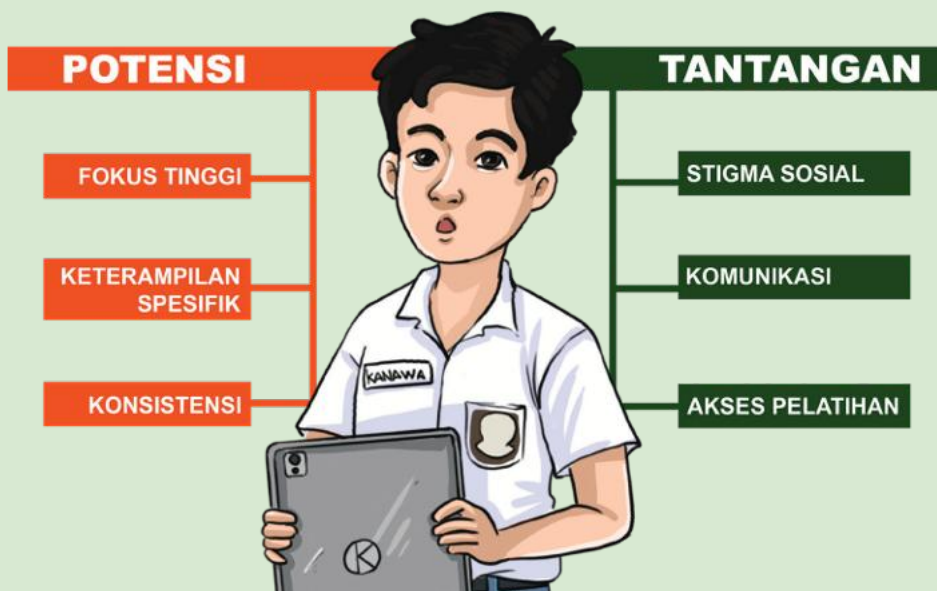


Prolog



Gambar 2.1 Kanawa bersama Ibu Dera melihat hasil ilustrasi hasil karya Kanawa.





Gambar 2.2 Infografis 1 dua sisi potensi (fokus tinggi, keterampilan spesifik, dan konsistensi) dan tantangan (stigma sosial, komunikasi, dan akses pelatihan).

Kanawa adalah anak berkebutuhan khusus dengan gangguan spektrum autisme (*autism spectrum disorder*) yang duduk di kelas X SMA. Ia memiliki bakat luar biasa dalam menggambar karakter imajinatif. Setiap kali mulai menggambar, Kanawa tampak sangat fokus dan tenang. Dunia seolah berhenti, hanya tersisa ia dan goresan warna yang hidup di atas kertas.

Di kelas yang sama, ada Koka, Nuca, Buna, dan Rinjani. Mereka juga memiliki keahlian yang unik. Koka, teman dengan hambatan penglihatan, memiliki suara yang indah. Ia senang membaca puisi dan merekam suaranya untuk tugas sekolah. Terkadang, teman-temannya berhenti sejenak hanya untuk mendengarkan suaranya yang lembut dan bersemangat.

Nuca, anak dengan hambatan pendengaran, sangat terampil menjahit. Ia bisa membuat tas kecil, sarung bantal, dan hiasan dari kain dengan pola yang rapi dan menarik. Buna, dengan hambatan intelektualnya, gemar membuat kerajinan tangan dari kertas warna-warni. Ia sering membawa hasil karyanya ke kelas dan menunjukkannya dengan bangga.



Sementara itu, Rinjani, yang memiliki hambatan fisik, pandai mencatat dan menyusun jadwal kegiatan harian. Ia suka menulis rencana-rencana kecil di buku catatannya dengan sangat rapi.

Saat itu, mereka semua masih sibuk dengan kegiatan masing-masing. Kanawa menggambar di pojok kelas, Nuca menjahit di dekat jendela, Buna menempel potongan kertas warna-warni, Koka berlatih membaca puisi, dan Rinjani mencatat tugas-tugas di buku. Mereka belum menyadari bahwa kemampuan yang mereka miliki bisa saling melengkapi.

Hingga suatu hari, Ibu Dera, guru mereka yang penuh perhatian, memperkenalkan sebuah ide baru. Ia ingin mengajak mereka mengikuti program kewirausahaan sekolah, yang setiap siswa bisa mengembangkan keahliannya menjadi karya yang bermanfaat dan bernilai jual.

Saat mendengar hal itu, mereka tampak penasaran sekaligus ragu. Kanawa bingung bagaimana gambarnya bisa dijual, Nuca belum yakin apakah jahitannya bisa diminati orang, Koka merasa belum percaya diri dengan suaranya, sementara Buna dan Rinjani masih belum memahami apa itu kewirausahaan.

Namun, dari sinilah perjalanan mereka dimulai: untuk belajar, bekerja bersama, dan menemukan makna dari setiap kemampuan yang mereka miliki. Dalam bimbingan Ibu Dera, mereka perlahan akan belajar bahwa perbedaan bukan penghalang, melainkan kekuatan untuk tumbuh bersama.



A. Potensi dan Tantangan Anak Berkebutuhan Khusus dalam Kewirausahaan

Melalui ilustrasi yang sangat detail dan imajinatif yang dibuat oleh Kanawa, Ibu Dera makin yakin bahwa kemampuan ini bukan sekadar hobi, melainkan potensi besar dalam bidang seni visual dan bercerita (*storytelling*). Setiap gambar Kanawa seperti memiliki cerita sendiri, penuh warna dan ekspresi yang jujur.

Namun, di balik kemampuannya itu, Kanawa masih menghadapi banyak tantangan. Ia sering merasa panik ketika harus berinteraksi dengan orang lain, sulit beradaptasi ketika ada perubahan jadwal, dan lebih nyaman bekerja sendiri di tempat yang tenang. Hal-hal tersebut membuatnya tampak sulit untuk terlibat dalam kegiatan yang membutuhkan kerja sama dan komunikasi.

Sementara itu, Ibu Dera juga memperhatikan keunikan teman-teman Kanawa. Koka dengan suara indahnyanya, Nuca dengan jahitannya yang rapi, Buna dengan kerajinannya yang ceria, dan Rinjani dengan ketelitiannya mencatat jadwal. Tiap anak memiliki keahlian berbeda, tetapi belum pernah benar-benar bekerja bersama. Mereka lebih sering sibuk dengan kegiatan sendiri-sendiri.

Melihat hal itu, Ibu Dera mulai memikirkan cara agar semua potensi anak-anak ini bisa disatukan. Ia ingin menciptakan kegiatan yang tidak hanya mengembangkan kemampuan mereka, tetapi juga melatih kerja sama dan kepercayaan diri. Dari situlah muncul ide untuk mengenalkan mereka pada program kewirausahaan sekolah, sebuah kegiatan yang akan mengajak mereka membuat produk dari hasil karya masing-masing, lalu belajar menjualnya bersama.

Bagi Ibu Dera, program ini bukan sekadar tentang menjual barang, melainkan tentang belajar menghargai diri sendiri dan orang lain. Ia ingin setiap anak merasakan bahwa mereka mampu berkontribusi, meskipun dengan cara yang berbeda. Di ruang kelas kecil itu, perjalanan mereka menuju kebersamaan pun perlahan dimulai.

Interaksi dan komunikasi merupakan tantangan signifikan bagi anak berkebutuhan khusus dalam menjalankan kegiatan usaha. Oleh karena itu, penting untuk mencari solusi bijak dan adaptif demi keberlanjutan kewirausahaan yang inklusif bagi mereka.



Secara potensial, anak berkebutuhan khusus memiliki berbagai kelebihan yang dapat dikembangkan di dunia usaha. Banyak di antara mereka yang memiliki keterampilan spesifik, seperti menjahit, membuat kerajinan tangan, memasak, atau melukis. Jika dibina dengan baik, keterampilan ini dapat menghasilkan produk yang bernilai ekonomis. Pembelajaran berbasis praktik langsung sangat efektif dalam menumbuhkan potensi anak berkebutuhan khusus karena mereka belajar lebih optimal melalui pengalaman konkret. Selain itu, mereka juga dikenal memiliki ketekunan dan konsistensi yang tinggi dalam mengerjakan tugas berulang, yang merupakan suatu keunggulan dalam proses produksi.

Dukungan lingkungan juga memainkan peran penting. Keluarga, sekolah, komunitas sosial, bahkan dinas setempat yang mendukung bakat dan minat anak dapat menjadi pendorong utama keberhasilan usaha anak berkebutuhan khusus. Program pelatihan dan pendampingan kewirausahaan dari sekolah khusus atau sosial swadaya masyarakat terbukti mampu meningkatkan keterampilan dan kepercayaan diri mereka. Gunawan (2015) menyatakan bahwa pemberdayaan ekonomi penyandang disabilitas sebaiknya dilakukan melalui pendekatan berbasis komunitas agar mereka merasa diterima dan termotivasi.

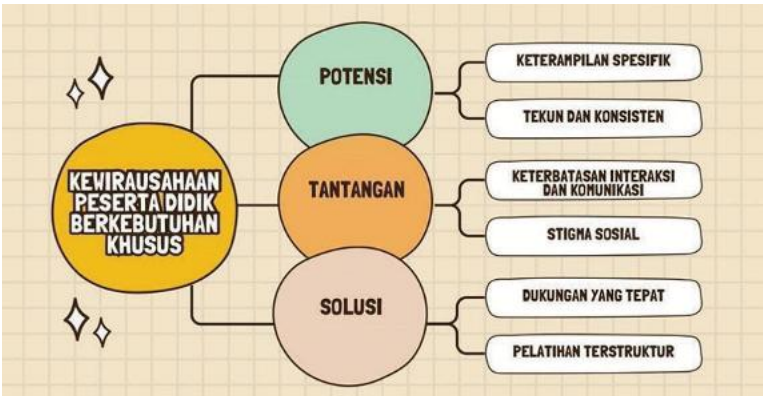
Namun, tantangan tetap ada. Salah satu yang terbesar adalah keterbatasan dalam komunikasi dan interaksi sosial. Bagi anak berkebutuhan khusus yang memiliki hambatan bicara dan komunikasi atau kesulitan bersosialisasi, seperti Kanawa, proses pemasaran dan penjalinan relasi bisnis bisa menjadi kendala. Selain itu, mereka juga kerap mengalami keterbatasan akses terhadap pelatihan kewirausahaan yang sesuai kebutuhan. Banyak pelatihan umum belum ramah disabilitas, baik dari segi metode maupun fasilitas.

Stigma sosial pun masih menjadi hambatan besar anak berkebutuhan khusus. Masih banyak orang yang meragukan kemampuan anak berkebutuhan khusus untuk menjalankan usaha secara mandiri. Akibatnya, kepercayaan diri mereka bisa menurun dan langkah menuju kemandirian terhambat. Selain itu, banyak anak berkebutuhan khusus masih memerlukan pendampingan intensif dalam menjalankan usahanya, yang berdampak pada kebutuhan sumber daya tambahan, baik tenaga maupun pembiayaan.



Meskipun demikian, berbagai upaya terus dilakukan oleh pemerintah, sekolah, masyarakat, dan dinas setempat untuk menciptakan lingkungan usaha yang lebih inklusif. Meningkatnya kesadaran sosial terhadap produk buatan anak berkebutuhan khusus membuka peluang pasar yang lebih luas. Produk-produk tersebut kini tidak hanya dihargai karena fungsi atau estetikanya, tetapi juga sebagai bentuk dukungan terhadap nilai-nilai inklusi.

Dengan dukungan yang tepat, pelatihan yang terstruktur, serta penerimaan sosial yang lebih luas, Kanawa dan teman-temannya memiliki peluang besar untuk menjadi pelaku usaha yang mandiri dan produktif. Kewirausahaan bukan hanya jalan untuk memperoleh penghasilan, tetapi juga sarana untuk mengaktualisasikan diri, membangun rasa percaya diri, dan memperkuat identitas sosial yang positif. Oleh karena itu, sangat penting bagi semua pihak untuk bersinergi dalam menciptakan ekosistem kewirausahaan yang inklusif, ramah disabilitas, dan berkelanjutan.



Gambar 2.3 Infografis 2 Potensi, Tantangan, dan Solusi

1. Potensi anak berkebutuhan khusus

Sebelum memasuki pembahasan terkait potensi anak berkebutuhan khusus, penting untuk memahami bahwa proses pengembangan diri mereka tidak dapat dilepaskan dari asesmen. Asesmen adalah proses sistematis untuk mengumpulkan informasi tentang kemampuan, minat, dan kebutuhan belajar anak sehingga pendidik dapat merancang strategi pembelajaran dan program pengembangan yang tepat sasaran.



Dalam konteks kewirausahaan bagi anak berkebutuhan khusus, asesmen memiliki beberapa tujuan utama.

a. Mengidentifikasi kekuatan dan minat

Setiap anak memiliki kemampuan dan hambatan berbeda sehingga program kewirausahaan harus berbasis kekuatan dan minat, bukan sekadar mengikuti tren.

b. Menentukan kebutuhan dukungan

Asesmen dilakukan untuk memahami hambatan yang dihadapi anak sehingga dukungan yang diberikan tepat dan efektif.

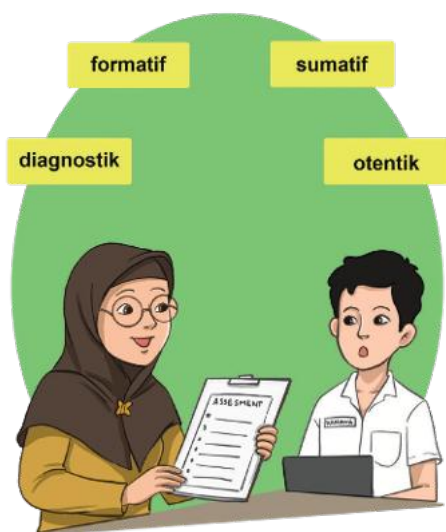
c. Merancang program pelatihan yang tepat

Asesmen memungkinkan guru menyesuaikan materi, metode, dan media pembelajaran yang sesuai dengan gaya belajar tiap anak.

d. Memantau perkembangan dan hasil belajar

Asesmen dapat membantu guru dalam mengevaluasi peningkatan kemampuan dan mengidentifikasi area yang memerlukan penguatan.

Empat Jenis Asesmen



Gambar 2.4 Bu Dera melakukan asesmen kewirausahaan terhadap Kanawa.

Jenis asesmen yang umum digunakan dalam pendidikan dan pelatihan kewirausahaan untuk anak berkebutuhan khusus meliputi **asesmen diagnostik**: dilakukan di awal program untuk memetakan kemampuan awal; **asesmen formatif**: dilakukan selama proses pembelajaran untuk memberikan umpan balik; **asesmen sumatif**: dilakukan di akhir program untuk menilai hasil belajar secara keseluruhan; **asesmen autentik**: menilai kemampuan anak melalui tugas nyata, seperti membuat produk atau melayani pelanggan.



Dengan asesmen yang tepat, potensi anak dapat diidentifikasi dan diarahkan untuk menjadi kekuatan yang produktif, terutama dalam dunia kewirausahaan yang menuntut keterampilan spesifik, ketekunan, dan konsistensi.

Tabel 2.1 Asesmen Kewirausahaan Umum untuk Anak Berkebutuhan Khusus

A. Identitas Peserta Didik

Nama: _____

Kelas: _____

Jenis kebutuhan khusus: _____

Unit kegiatan usaha: _____

Tanggal asesmen: _____

Guru pembimbing: _____

B. Tujuan Asesmen

1. Mengidentifikasi kemampuan dasar siswa dalam kegiatan kewirausahaan.
2. Menilai kesiapan vokasional dan keterampilan kerja secara umum.
3. Mengamati aspek perilaku kerja, seperti kemandirian, komunikasi, ketelitian, dan sikap kerja.
4. Mengetahui area yang perlu diperkuat dalam pembelajaran vokasional dan kewirausahaan.



C.1 Keterampilan Praktik/Teknis

ASPEK	DESKRIPSI	SKOR			
		1	2	3	4
Mengikuti Instruksi	Mampu mengikuti perintah verbal/visual.				
Penggunaan Alat dan Bahan	Menggunakan alat sesuai fungsi dan aman.				
Kerapian dan Ketelitian	Melakukan tugas dengan rapi dan minim kesalahan.				
Quality Control Produk/Jasa	Hasil kerja sesuai standar.				
Kemandirian Kerja	Bekerja dengan sedikit atau tanpa bantuan.				

C.2 Sikap Kerja dan Etos Kerja

ASPEK	DESKRIPSI	SKOR			
		1	2	3	4
Disiplin Waktu	Tepat waktu dan mengikuti jadwal.				
Tanggung Jawab	Menyelesaikan tugas sampai selesai.				
Motivasi	Menunjukkan antusiasme saat bekerja.				
Kebersihan	Menjaga kebersihan diri dan area kerja.				
Disiplin Waktu	Tepat waktu dan mengikuti jadwal.				



C.3 Keterampilan Sosial dan Komunikasi

ASPEK	DESKRIPSI	SKOR			
		1	2	3	4
Kerja Sama	Mampu bekerja dalam tim.				
Komunikasi Dasar	Menyampaikan kebutuhan dengan jelas.				
Sikap Melayani	Sopan saat melayani pelanggan.				
Interaksi Sosial	Berinteraksi tanpa konflik.				
Kerja Sama	Mampu bekerja dalam tim.				

C.4 Pemahaman Dasar Kewirausahaan

ASPEK	DESKRIPSI	SKOR			
		1	2	3	4
Mengenal Produk/Jasa	Menjelaskan produk yang dibuat.				
Mengetahui Alur Kerja	Memahami langkah-langkah kerja.				
Pengetahuan Harga	Memahami konsep harga sederhana.				
Transaksi Sederhana	Melakukan jual beli sederhana.				
Mengenal Produk/Jasa	Menjelaskan produk yang dibuat.				



C.5 Keterampilan Administrasi Sederhana

ASPEK	DESKRIPSI	SKOR			
		1	2	3	4
Pencatatan Barang	Mencatat jumlah barang masuk/keluar.				
Pencatatan Penjualan	Mengisi tabel penjualan.				
Pelabelan dan Pengemasan	Mengemas dan memberi label.				

D. Skala Penilaian

1 = Belum Mampu (perlu bantuan penuh)

2 = Mulai Mampu (sering dibantu)

3 = Cukup Mampu (bantuan sedikit)

4 = Sangat Mampu / Mandiri

E. Catatan Guru

Kekuatan siswa: _____

Minat yang muncul: _____

Kendala: _____

Dukungan yang diperlukan _____

Saran: _____

F. Hasil Akhir dan Kesimpulan

1 = Belum Mampu (perlu bantuan penuh)

2 = Mulai Mampu (sering dibantu)

3 = Cukup Mampu (bantuan sedikit)

4 = Sangat Mampu / Mandiri



E. Catatan Guru

Total Skor: _____

Kategori kemampuan: _____

Kompetensi unggul: _____

Area pengembangan: _____

Tindak lanjut: _____

G. Dokumentasi

(Tempat untuk foto kegiatan)



Gambar 2.5 Semua anak dengan berbagai hambatan (lima tokoh) sedang melakukan keahliannya masing-masing



Anak berkebutuhan khusus memiliki potensi luar biasa yang dapat dikembangkan menjadi kekuatan utama dalam kewirausahaan. Dua potensi utama mereka adalah sebagai berikut.

a. Keterampilan spesifik

Anak berkebutuhan khusus memiliki minat dan keahlian yang sangat terfokus pada bidang tertentu. Jika diarahkan dengan tepat, minat dan keahlian tersebut dapat menjadi peluang usaha. Contohnya adalah sebagai berikut:

- 1) Anak dengan gangguan autisme memiliki perhatian tinggi terhadap detail dan cocok dalam desain grafis, ilustrasi, atau koding.
- 2) Anak dengan hambatan pendengaran sering memiliki kemampuan visual yang sangat baik dan fokus tinggi. Keterampilan yang cocok adalah antara lain menjahit, membuat kerajinan, atau desain digital.
- 3) Anak dengan hambatan penglihatan dapat unggul dalam bidang audio, seperti membuat *podcast*, *voice over*, dan musik.

b. Tekun dan Konsisten

Ketika sudah merasa nyaman dan memahami rutinitas kerja, sebagian besar anak berkebutuhan khusus menunjukkan:

- 1) ketekunan dalam mengulang proses produksi;
- 2) konsistensi dalam kualitas hasil kerja;
- 3) dedikasi tinggi karena merasa bangga terhadap hasil karyanya.

Potensi ini menjadi fondasi yang kuat dalam dunia wirausaha anak berkebutuhan khusus yang membutuhkan ketelatenan, konsistensi, dan spesialisasi.



2. Tantangan dalam kewirausahaan anak berkebutuhan khusus



Gambar 2.6 Rinjani dan Koka sedang berjualan di bazar

Dalam menjalankan kegiatan kewirausahaan, anak berkebutuhan khusus menghadapi sejumlah tantangan yang perlu dihadapi secara nyata.

a. Keterbatasan interaksi dan komunikasi

- 1) Anak dengan hambatan pendengaran atau intelektual kadang mengalami kesulitan dalam menyampaikan ide, memahami arahan verbal, atau bernegosiasi.
- 2) Anak dengan gangguan autisme mengalami kesulitan berinteraksi sosial, seperti berbicara dengan pelanggan atau menghadiri pameran.

Kedua hal ini dapat menghambat proses promosi, kerja tim, atau layanan konsumen secara langsung.

b. Stigma Sosial

- 1) Masyarakat masih meragukan kemampuan anak berkebutuhan khusus dalam menjalankan usaha.
- 2) Produk dari anak berkebutuhan khusus kadang dianggap “produk kasihan”, alih-alih “produk berkualitas”.



Kedua hal ini bisa menurunkan kepercayaan diri siswa dan mempengaruhi semangat wirausaha jika tidak didampingi secara psikososial.

B. Solusi Kewirausahaan Anak Berkebutuhan Khusus



Gambar 2.7 Infografis 3 Jejaring dukungan kewirausahaan Anak Berkebutuhan Khusus.

Potensi anak dapat berkembang optimal dan tantangan dapat teratasi melalui solusi kewirausahaan yang tepat guna, terarah, dan berkelanjutan, sesuai minat serta kemampuan tiap anak.

1. Dukungan yang tepat

Pendampingan inklusif: peran pendidik, orang tua, dan lingkungan sangat krusial untuk memberi motivasi, bimbingan, dan fasilitasi.

- Lingkungan ramah disabilitas: sekolah dan komunitas perlu menyediakan ruang usaha yang adaptif, tanpa diskriminasi.
- Penguatan emosional: memberikan pujian, kesempatan tampil, serta memperlihatkan bahwa produk mereka dihargai.



2. Pelatihan terstruktur

Pembelajaran bertahap: dimulai dari pelatihan keterampilan dasar, produksi, hingga pemasaran, yang sesuai kemampuan siswa.

- a. Media visual dan praktik langsung: menggunakan video, gambar, alat bantu komunikasi, dan kegiatan praktik berulang.
- b. Kolaborasi peran: membagi peran usaha sesuai kekuatan anak berkebutuhan khusus, seperti
 - 1) desain grafis oleh anak dengan gangguan autisme,
 - 2) produksi oleh anak dengan hambatan pendengaran,
 - 3) *packing* atau pengemasan oleh anak dengan hambatan intelektual dan anak dengan gangguan autisme
 - 4) manajemen oleh anak dengan hambatan motorik maupun hambatan penglihatan.

3. Strategi pemasaran inklusif

- a. Penggunaan *storytelling* digital: menceritakan proses dan pencapaian anak berkebutuhan khusus di media sosial.
- b. Pelibatan komunitas konsumen sadar inklusi: banyak pelanggan tertarik membeli karena mendukung nilai sosial.
- c. Penggunaan platform yang mudah diakses, seperti WhatsApp Business, Instagram, atau Tiktok.

Dengan kombinasi dukungan yang tepat, pelatihan terstruktur, dan strategi pemasaran inklusif, kewirausahaan bagi anak berkebutuhan khusus tidak hanya menjadi sarana mengasah keterampilan, tetapi juga jembatan untuk menembus pasar yang lebih luas. Upaya ini membuka peluang bagi mereka untuk berkontribusi aktif di dunia usaha, membangun kemandirian ekonomi, dan menumbuhkan rasa percaya diri. Langkah selanjutnya adalah memahami pangsa pasar yang tepat agar produk dan jasa yang dihasilkan dapat menjangkau konsumen yang benar-benar membutuhkan dan menghargai nilai inklusi.



C. Pangsa Pasar Kewirausahaan bagi Anak Berkebutuhan Khusus



Gambar 2.8 Kanawa menunjukkan hasil desain karyanya kepada Nuca, Koka, Rinjani dan Buna.



Gambar 2.9 Pameran produk *handmade* Anak Berkebutuhan Khusus.

Kanawa, Koka, Nuca, Buna dan Rinjani memiliki peluang besar untuk mendapatkan berbagai bentuk dukungan dari lingkungan sekitarnya. Dukungan ini dapat mendorong semangat mereka dalam menciptakan karya yang tidak hanya bernilai estetis, tetapi juga memiliki daya jual yang mampu bersaing dengan produk-produk di pasaran lokal.

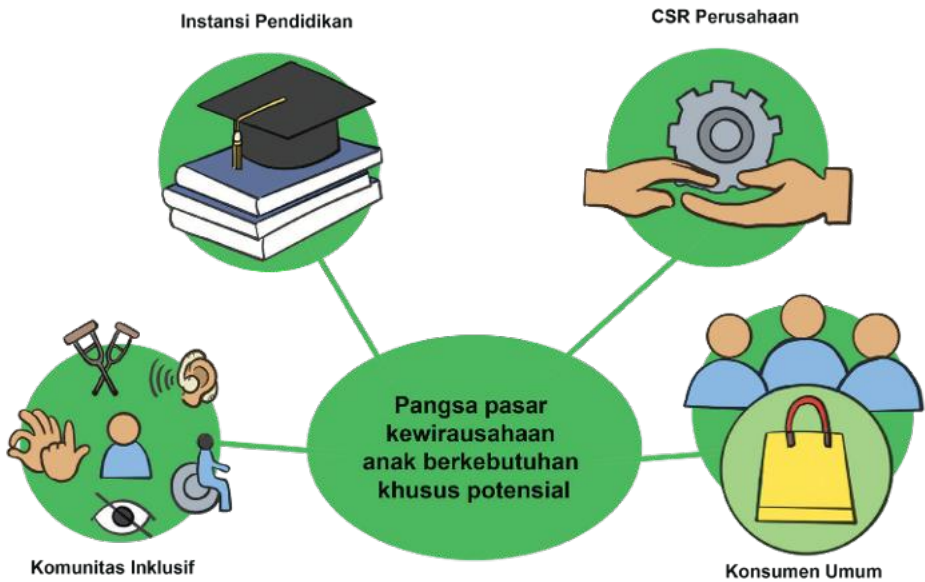
Pangsa pasar merupakan bagian dari keseluruhan pasar yang menjadi sasaran spesifik dari suatu produk atau jasa. Dalam konteks kewirausahaan yang dijalankan oleh Kanawa dan teman-temannya, pangsa pasar memiliki karakteristik yang unik



dan cenderung bersifat sosial-emosional. Konsumen tidak hanya membeli produk karena fungsinya, tetapi juga karena nilai-nilai moral dan empati terhadap kelompok berkebutuhan khusus.

Produk-produk hasil karya Kanawa dan teman-temannya memiliki potensi besar untuk dapat bersaing dengan produk pasar lainnya yang terus berkembang. Produk buatan mereka, seperti desain karya Kanawa, dapat dituangkan ke dalam desain baju, tas, *banner*, kartu, bahkan stiker.

Para ahli juga menekankan pentingnya segmentasi dan *positioning* dalam menentukan target pasar. Sugiyono (2016) dalam buku *Manajemen Pemasaran* menjelaskan bahwa “pangsa pasar yang tepat bagi produk dari kelompok rentan, seperti anak berkebutuhan khusus, dapat diperoleh melalui strategi segmentasi yang menekankan pada nilai empati, kepedulian sosial, dan edukasi pasar.” Hal ini menunjukkan bahwa konsumen potensial utama dari produk-produk tersebut adalah mereka yang memiliki kesadaran sosial tinggi, termasuk komunitas inklusif, lembaga pendidikan, instansi pemerintahan, serta perusahaan yang menjalankan program *corporate social responsibility* (CSR).



Gambar 2.10 Infografis 4 Pangsa pasar kewirausahaan anak berkebutuhan khusus potensial.



Beberapa pangsa pasar potensial untuk produk usaha anak berkebutuhan khusus meliputi beberapa kelompok atau program.

1. Orang tua dan keluarga

Mereka adalah pendukung utama bagi anak, yang biasanya membeli produk karena rasa haru dan bangga atas hasil karya anaknya.

2. Komunitas sosial dan inklusif

Mereka merupakan kelompok masyarakat yang aktif dalam isu sosial dan pendidikan inklusif, dapat menjadi konsumen utama. Pasar ini sangat mungkin berkembang karena perubahan paradigma masyarakat yang kini lebih menghargai produk berbasis nilai sosial.

3. Lembaga pendidikan

Tidak sedikit sekolah yang turut membeli produk anak berkebutuhan khusus untuk kegiatan pembelajaran, praktik kewirausahaan, atau sebagai cenderamata. Produk yang dihasilkan pun tidak hanya digunakan secara internal, tetapi juga diperkenalkan kepada orang tua dan komunitas luar.

4. Pameran dan kegiatan inklusif

Kegiatan atau event bazar UMKM, pameran karya siswa, dan festival inklusi sosial merupakan tempat yang sangat strategis untuk menjaring pelanggan baru karena mempertemukan produsen dan konsumen dalam suasana yang penuh interaksi dan edukasi.

5. Program CSR perusahaan dan lembaga pemerintahan

Banyak perusahaan saat ini mencari produk lokal dan inklusif untuk kebutuhan cenderamata dan pelatihan. Dengan strategi kolaboratif, anak berkebutuhan khusus dapat menjadi mitra penyedia barang dalam pengadaan berbasis sosial.

6. E-Commerce dan media sosial

Pemasaran digital memberikan peluang besar dalam menjangkau konsumen lebih luas. Digitalisasi memungkinkan pelaku usaha dari kelompok marginal mengakses pasar secara global, selama ada pendampingan yang tepat dalam *branding* dan komunikasi produk.



Dalam konteks anak berkebutuhan khusus, misalnya untuk dapat mengoptimalkan pangsa pasar bagi Kanawa, diperlukan pendampingan kewirausahaan yang berkelanjutan. Subagyo (2019) dalam jurnal *Kewirausahaan Inklusif di Indonesia* menyatakan, “tanpa adanya akses pasar yang difasilitasi secara langsung, usaha anak berkebutuhan khusus akan stagnan dan hanya bergerak dalam skala mikro.” Oleh karena itu, kolaborasi antara orang tua, pemerintah, sekolah, komunitas bisnis, dan platform digital sangat penting untuk memperkuat posisi usaha anak berkebutuhan khusus di pasar.

Dengan pendekatan pemasaran yang tepat serta dukungan lintas sektor, produk-produk usaha yang dihasilkan oleh Kanawa dan kawan-kawannya memiliki peluang besar untuk mengisi pangsa pasar yang tidak hanya menjanjikan secara ekonomi, tetapi juga mengandung nilai kemanusiaan dan pemberdayaan. Pangsa pasar yang disasar bukan hanya berkaitan dengan jumlah pembeli, tetapi juga mencerminkan upaya membangun kesadaran sosial yang luas mengenai pentingnya inklusivitas dalam bidang ekonomi.

D. Peluang Usaha Anak Berkebutuhan Khusus



Gambar 2.11 Pelatihan keterampilan di sekolah.



Sama seperti kita, Kanawa, Koka, Nuca, Buna, dan Rinjani tidak bisa tiba-tiba memasarkan hasil karya mereka sendiri. Dibutuhkan dukungan dari berbagai pihak untuk membantu Kanawa mendapatkan peluang dalam memasarkan hasil karyanya.

Menurut Sugiyono (2016), produk yang memiliki karakteristik khas dan orisinalitas tinggi dapat menempati ceruk pasar tertentu (*niche market*) yang loyal dan berkembang. Produk hasil karya anak berkebutuhan khusus, jika dikemas dan dipromosikan dengan baik, akan memiliki nilai jual yang lebih karena mengandung dimensi sosial, yaitu kepedulian terhadap kelompok disabilitas. Oleh karena itu, hasil karya anak berkebutuhan khusus sangat berpotensi untuk dikembangkan dalam pasar yang mendukung inklusi sosial.

Ada beberapa peluang usaha dalam mengembangkan kewirausahaan anak berkebutuhan khusus.

1. Peluang usaha potensial

Peluang usaha yang potensial mempunyai ciri-ciri sebagai berikut.

a. Produk mempunyai nilai jual tinggi

Untuk mengetahui tingginya nilai jual suatu peluang usaha, perlu dilakukan sebuah riset atau penelitian kepada masyarakat, khususnya yang terkait kebutuhan atau hal-hal yang disukai. Oleh karena itu, Ibu Dera dan murid-murid terlebih dahulu mengamati lingkungan sekitar dengan mencari apa yang sedang menjadi tren saat ini agar bahan wirausaha menjadi lebih *up to date*.

b. Memenuhi kebutuhan masyarakat

Jika produk yang dijual dibutuhkan masyarakat, kestabilan usaha akan terjamin dalam jangka panjang. Diperlukan sebuah riset tentang produk hasil anak berkebutuhan khusus yang bisa dipakai dalam jangka panjang dan tidak membosankan bagi pangsa pasar.

c. Kerugian yang minimal

Setiap kegiatan usaha pasti memiliki risiko. Saat memutuskan untuk berwirausaha, pilihlah bentuk usaha yang memiliki risiko kerugian yang relatif kecil.



d. Jenis usaha tidak bersifat musiman

Usaha yang bersifat musiman tergolong mudah menghasilkan keuntungan, tetapi tidak bertahan lama karena hanya diminati pada musim tertentu saja. Memilih jenis produk yang tidak bersifat musiman dan selalu dibutuhkan masyarakat akan menjamin keberlangsungan usaha dalam jangka waktu yang lama.

2. Inspirasi dalam membuka usaha

Sebagai seorang calon wirausahawan, penentuan pilihan produk atau jasa yang akan ditawarkan juga perlu diperhatikan karena akan menentukan kelangsungan usaha di masa depan. Berikut beberapa sumber inspirasi sebelum menentukan jenis produk atau jasa usaha.

a. Produk yang sudah ada di pasar

Sebuah produk yang telah berhasil dipasarkan dapat dikatakan berhasil memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumennya. Meskipun telah banyak pesaing yang menawarkan produk serupa, tidak menjadi masalah jika anak ingin menawarkan produk tersebut. Pastikan produk atau jasa yang ditawarkan memiliki perbedaan atau ciri khas.

b. Pameran dagang dan hasil industri

Pameran produk dimanfaatkan oleh produsen untuk memperkenalkan produk barunya. Anak yang akan menjadi calon wirausahawan dapat menemukan inspirasi dengan melihat produk-produk baru tersebut. Mengunjungi pameran juga dapat membuka peluang kerja sama dengan pemilik produk untuk memasarkan produk mereka.

c. Lembaga pendidikan

Lembaga pendidikan berfungsi memajukan pendidikan, termasuk mengembangkan penelitian dan melakukan kegiatan pengabdian masyarakat. Inspirasi mengenai produk yang akan dikembangkan dapat diperoleh melalui penelitian dan pengalaman langsung para peneliti di institusi-institusi pendidikan.



e. Sumber informasi

Sumber informasi yang dapat dimanfaatkan untuk mencari inspirasi di antaranya adalah majalah, koran, buku, dan internet. Informasi juga bisa didapatkan melalui diskusi dengan lingkungan sekitar.

Optimalisasi produk hasil karya anak berkebutuhan khusus di sekolah atau lembaga pelatihan memerlukan pendekatan terpadu dan berkesinambungan. Beberapa strategi yang dapat diterapkan adalah sebagai berikut.

1. Pelatihan keterampilan berbasis minat, bakat, dan kemampuan individual. Pelatihan keterampilan yang diberikan perlu sesuai dengan potensi, minat, dan kemampuan nyata setiap anak. Pendekatan ini mendorong terciptanya karya yang autentik, meningkatkan rasa percaya diri, dan mendukung proses belajar yang lebih bermakna. Contohnya adalah pelatihan melukis bagi siswa dengan minat seni rupa, meronce untuk siswa dengan kemampuan motorik halus baik, atau keterampilan membuat kerajinan tekstil sederhana.

2. Pengemasan produk secara menarik dan profesional. Produk yang dihasilkan perlu dikemas dengan desain yang estetik, rapi, dan sesuai tren pasar. Hal ini mencakup pemilihan bahan kemasan, desain label, dan *branding* sederhana yang menunjukkan ciri khas anak berkebutuhan khusus. Dengan kemasan yang profesional, produk akan lebih diminati konsumen dan memiliki daya jual lebih tinggi.

3. Strategi pemasaran yang tepat dan inklusif. Optimalisasi pemasaran dapat dilakukan melalui pemanfaatan media sosial, seperti Instagram, Facebook, dan TikTok, untuk mengenalkan proses pembuatan, cerita unik di balik produk, dan keunikan karya siswa.

Keikutsertaan dalam pameran UMKM, bazar sekolah, dan festival inklusi, juga dapat menjadi strategi untuk memperluas jangkauan pasar dan membangun jejaring. Selain itu, kolaborasi dengan komunitas lokal, organisasi sosial, instansi pemerintahan, dan pelaku usaha sebagai mitra pemasaran dan distribusi juga dapat dilakukan untuk memasarkan produk.



Subagyo (2019) menyatakan bahwa keberhasilan usaha berbasis anak berkebutuhan khusus sangat dipengaruhi oleh adanya ekosistem pendukung yang melibatkan keluarga, sekolah, lembaga sosial, dan pelaku usaha sebagai mitra kolaboratif. Inkubasi bisnis berbasis komunitas terbukti menjadi metode yang efektif dalam membina dan mengembangkan unit usaha yang inklusif.

Lebih lanjut, Rahardjo (2020) menekankan pentingnya digitalisasi dalam membuka peluang pasar baru bagi anak berkebutuhan khusus. Platform daring, seperti *marketplace* dan media sosial, memungkinkan produk mereka menjangkau konsumen lebih luas, termasuk di luar kota bahkan luar negeri, dengan biaya promosi yang relatif rendah. Digitalisasi juga memungkinkan anak berkebutuhan khusus untuk menunjukkan proses kerja mereka, yang sering menjadi nilai tambah emosional bagi konsumen.

Dengan dukungan yang tepat dan strategi yang efektif, hasil karya anak berkebutuhan khusus tidak hanya dapat dijadikan sebagai media pembelajaran, tetapi juga sebagai produk yang memiliki nilai ekonomi tinggi. Pemberdayaan ini tidak hanya membantu mereka secara finansial, tetapi juga membuka ruang bagi mereka untuk dikenal, dihargai, dan diakui dalam masyarakat. Dengan demikian, kewirausahaan berbasis potensi anak berkebutuhan khusus menjadi jembatan menuju kemandirian, inklusi sosial, dan keadilan ekonomi.

E. Analisis SWOT Kewirausahaan untuk Anak Berkebutuhan Khusus

1. Komponen analisis SWOT

Untuk menganalisis secara lebih mendalam tentang SWOT, Kanawa harus mengenali faktor eksternal dan internalnya terlebih dahulu, serta kekuatan dan kelemahan dari usaha yang Kanawa jalani. Faktor eksternal (faktor yang dari luar usaha) adalah faktor yang memengaruhi terbentuknya *opportunities* (peluang) dan *threats* (ancaman). Sementara itu, faktor internal berkaitan dengan kondisi di dalam usaha itu sendiri, yang mempengaruhi terbentuknya *strengths* (kekuatan) dan *weakness* (kelemahan).



Sesuai dengan namanya, analisis SWOT kewirausahaan anak berkebutuhan khusus yang Kanawa jalani saat ini ini terdiri dari komponen dasar berikut.

ANALISIS SWOT	
KEWIRAUSAHAN PESERTA DIDIK BERKEBUTUHAN KHUSUS	
Strengths /Kekuatan	• Kreativitas Unik • Cerita personal kuat • Dukungan Sekolah dan lembaga • Produk handmade bernilai seni
Weaknesses /Kelemahan	• Kesulitan komunikasi • Produksi lambat • Ketergantungan pada bimbingan • Terbatasnya pemahaman bisnis
Opportunities /Peluang	• Dukungan sosial terhadap inklusi • Akses promosi gratis di media sosial • Kolaborasi komunitas • Edukasi publik meningkat
Threats /Ancaman	• Persaingan produk pabrik • Stigma sosial • Modal terbatas • Distribusi sulit

Gambar 2.12 Infografik 5 Analisis SWOT

2. Contoh analisis SWOT pada bidang usaha

a. Usaha bidang desain grafis

Profil Usaha	
Brand Usaha	: T-Man Design
Alamat	: Jl. Harapan, Kec. Cilimus, Kabupaten Kuningan, Jawa Barat.
No Telepon	: (0232) 615001
Email	:
Jenis Usaha	: desain grafis
Akun Media Sosial	: @t-man.desin (Instagram), t-man desain (shopee), t-man.desain (Tiktok)
Jam Operasional	: 08.00–16.00
Beroperasi sejak	: 2022
Fasilitas	: wifi, komputer, tablet, HP



Layanan Desain

No	Nama Layanan Desain	Deskripsi Singkat	Target Pasar	Estimasi Waktu Pengerjaan	Harga (Rp)	Catatan Pendukung
1	Desain Poster Edukasi	Poster dengan tema pendidikan, visual sederhana, dan menarik	Sekolah, komunitas	1–2 hari	35.000	Gunakan warna cerah dan ikon
2	Desain Kartu Ucapan	Kartu ulang tahun, hari besar, dengan gaya ilustratif khas anak	Umum, keluarga	1 hari	25.000	Bisa dijual per paket isi 5
3	Desain Stiker Karakter	Ilustrasi karakter lucu untuk stiker digital atau cetak	Anak-anak, pelajar	2 hari	40.000	Bisa dijual per paket karakter
4	Desain Logo Sederhana	Logo personal atau UMKM dengan gaya simpel dan simbolik	UMKM, organisasi kecil	2–3 hari	60.000	Gunakan bentuk geometris sederhana
5	Desain Feed Instagram	Templat IG visual untuk konten promosi atau edukasi	UMKM, guru edukatif	3 hari	75.000	Per paket isi 6 <i>slide</i> konten
6	Desain Sertifikat	Sertifikat <i>workshop</i> atau penghargaan	Sekolah, pelatihan	1 hari	30.000	Gunakan <i>layout</i> simetris



7	Desain Kemasan Produk	Label dan kemasan produk makanan atau kerajinan	UMKM makanan dan kerajinan	3–4 hari	80.000	Dibantu memilih bentuk dan warna
---	-----------------------	---	----------------------------	----------	--------	----------------------------------

b. Usaha bidang voice over

Profil Usaha	
Brand Usaha	: Suara Mandiri Voice Over
Alamat	: Jl. Siliwangi No. 45, Kec. Cilimus, Kabupaten Kuningan, Jawa Barat
No Telepon	: (0232) 612345
Email	: suaramandiri.vo@gmail.com
Jenis Usaha	: jasa voice over (narasi audio profesional)
Akun Media Sosial	: @suaramandiri_vo (Instagram), Suara Mandiri VO (YouTube), @suaramandiri_vo (TikTok)
Jam Operasional	: 09.00–17.00 WIB
Beroperasi Sejak	: 2023
Fasilitas	: Studio mini kedap suara, <i>microphone condenser</i> , <i>headphone</i> , laptop dengan <i>software audio editing (audacity, reaper)</i> , dan koneksi internet.

No	Nama Layanan Desain	Deskripsi Singkat	Target Pasar	Estimasi Waktu Pengerjaan	Harga (Rp)	Catatan Pendukung
1	Narasi Edukasi	Membacakan materi pembelajaran atau buku cerita anak	Sekolah, guru, penerbit	1–2 hari	75.000/ menit	Gunakan intonasi ramah anak
2	Iklan Audio	Mengisi suara untuk iklan radio atau promosi online	UMKM, toko online	1 hari	100.000/ menit	Bisa disesuaikan dengan gaya formal atau santai



3	Audio Book	Merekam buku atau cerita menjadi format audio	Penerbit, komunitas literasi	2–4 hari	90.000/ menit	Dapat dibagi per bab
4	Narasi Dokumenter	Suara latar untuk film pendek atau dokumenter	Komunitas kreatif, event lokal	2–3 hari	120.000/ menit	Gunakan vokal yang tegas dan berkarakter
5	Podcast Kolaborasi	Mengisi segmen suara atau menjadi narator	Kreator podcast, komunitas	1 hari	80.000/ menit	Rekaman di studio atau jarak jauh
6	Jingle Lirik	Membacakan lirik atau slogan dengan ritme tertentu	UMKM, acara komunitas	1–2 hari	110.000/ menit	Dapat dikombinasi dengan musik latar sederhana

c. Analisis SWOT (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dalam usaha

Aspek	Kekuatan	Kelemahan	Peluang	Ancaman
Kreativitas dan imajinasi	Memiliki daya imajinasi tinggi dan mampu menciptakan karya visual yang unik, detail, dan orisinal	Gaya visual kadang sulit disesuaikan dengan selera pasar umum atau konsumen	• Target pasar yang menyukai keunikan dan sosial • Platform yang ramah dan kreator • Cerita di balik produk menambah nilai emosional	• Standar pasar yang kurang fleksibel • Persaingan dengan produk komersial • Minimnya mentor kreatif yang inklusif



Fokus dan ketelitian	Dapat sangat fokus pada satu tugas, menghasilkan desain yang teliti dan presisi	Mudah kelelahan atau fokus berlebihan sehingga butuh waktu istirahat dan pengaturan waktu kerja yang fleksibel	• Spesialisasi dalam pekerjaan rutin atau berpola • Kepercayaan konsumen terhadap konsistensi • Potensi menjadi ahli dalam satu bidang produksi	• Keterbatasan daya tahan fokus • Stres karena tekanan perfeksionisme • Risiko melambatnya proses produksi
Konsistensi produksi	Jika sudah menguasai alur, mampu bekerja konsisten dan mengulang pola desain dengan kualitas serupa.	Proses belajar awal bisa memakan waktu lebih lama untuk memahami <i>tools/ software</i>	• Meningkatkan kepercayaan konsumen • Standardisasi produk • Efisiensi produksi dalam jangka panjang	• Ketergantungan pada pola atau rutinitas • Keterbatasan variasi produk • Risiko kelelahan dan <i>burnout</i>
Teknologi dan adaptasi	Sering mahir dalam menggunakan teknologi desain digital, seperti tablet menggambar (<i>drawing tablet</i>), Canva, atau aplikasi visual.	Tidak semua anak nyaman dengan fitur kompleks (contoh: <i>shortcut keyboard</i> , <i>layer desain</i> tingkat lanjut)	• Akses ke alat bantu yang mempermudah produksi • Memperluas jangkauan pasar secara digital • Meningkatkan efisiensi dan produktivitas	• Keterbatasan akses terhadap perangkat dan jaringan • Kesulitan dalam mengoperasikan teknologi baru • Ketergantungan pada teknologi



Nilai emosional produk	Setiap karya memiliki cerita dan nilai emosi yang kuat, membuat produk lebih “berjiwa”	Sulit menjelaskan proses berpikir atau inspirasi secara verbal tanpa bantuan visual/ pendamping	• Menarik konsumen secara personal dan empatik • Diferensiasi produk di pasaran • Dukungan konsumen terhadap inklusi sosial	• Stigma atau labelisasi berlebihan • Eksploitasi cerita pribadi • Ketergantungan pada cerita, bukan kualitas produk
Pemasaran dan <i>branding</i>	Produk dapat dikemas dalam kampanye “inklusi” atau “produk dari hati” yang menarik simpati pasar	Keterbatasan dalam komunikasi sosial menyulitkan saat menerima <i>feedback</i> atau negosiasi klien	• Daya tarik unik untuk strategi <i>branding</i> • Dukungan dari komunitas dan lembaga sosial • Akses platform digital yang luas	• Terbatasnya kemampuan komunikasi pemasaran • Persaingan ketat di pasar digital • Ketergantungan pada pendamping
Pengelolaan waktu dan tugas	Jika dijadwalkan dengan <i>visual support</i> (<i>checklist</i> , <i>timer</i>), dapat mengatur alur kerja dengan baik	Kesulitan saat ada perubahan mendadak dalam tenggat atau permintaan revisi mendesak	• Pembiasaan dan rutinitas yang terstruktur • Penguatan kemandirian bertahap • Kolaborasi tim yang terorganisir	• Kesulitan memahami konsep waktu abstrak • Kelelahan atau over-stimulasi (stimulasi berlebihan) • Manajemen tugas yang belum mandiri



Dalam mempertimbangkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman ini, diperlukan strategi yang tepat dalam mengembangkan kewirausahaan yang Kanawa jalani secara inklusif, berkelanjutan, dan berorientasi pasar. Kolaborasi lintas sektor, penguatan kapasitas individu, serta pendekatan berbasis komunitas menjadi kunci utama dalam mewujudkan anak berkebutuhan khusus yang berdaya dan mandiri secara ekonomi.

Tabel 2.2 Strategi dalam Kewirausahaan

SWOT	Fokus		Strategi
Memaksimalkan <i>strengths</i> (kekuatan)	Mengembangkan potensi bawaan anak	Kreativitas unik	Buat produk edisi terbatas (<i>limited edition</i>) yang menonjolkan keunikan karya anak berkebutuhan khusus
		Cerita personal yang kuat	Gunakan <i>storytelling</i> di media sosial dan kemasan
		Dukungan sekolah dan keluarga	Libatkan anak dalam promosi dan pemasaran awal
		Produk buatan tanganbernilai seni	Ikutkan ke pameran lokal atau internasional atau <i>marketplace</i> seni
Mengatasi <i>weaknesses</i> (kelemahan)	Membuat sistem kerja yang adaptif	Kesulitan komunikasi	Gunakan panduan visual, kartu tugas, atau mentor satu lawan satu
		Produksi lambat	Fokus ke produk <i>custom</i> atau <i>pre-order</i> , bukan massal

		Ketergantungan pada bimbingan	Latih dengan alur kerja berulang agar lebih mandiri
		Keterbatasan pemahaman bisnis	Buat format pembelajaran bisnis yang menyenangkan dan berbasis praktik (contoh: bermain jual beli, simulasi kios kecil)
Memanfaatkan <i>opportunities</i> (peluang)	Menjangkau lebih banyak konsumen dan kolaborasi	Dukungan sosial terhadap inklusi	Bangun merek (<i>brand</i>) berbasis empati dan keberagaman
		Akses promosi gratis di media sosial	Buat konten <i>story telling</i> tentang proses kerja anak berkebutuhan khusus
		Kolaborasi komunitas	Gabung dengan pameran UMKM, disabilitas, dan inkubator bisnis sekolah
		Edukasi publik meningkat	Arahkan produk untuk kampanye pendidikan atau CSR perusahaan
Menghadapi <i>threats</i> (ancaman)	Meningkatkan daya saing dan ketahanan usaha	Persaingan produk pabrik	Tawarkan nilai emosional dan personal yang tidak bisa ditiru pabrik
		Stigma sosial	Edukasi konsumen melalui video singkat, testimoni, dan konten inspiratif



		Modal terbatas	Mulai dari usaha mikro berbasis pesanan dan gunakan bahan bekas atau donasi
		Distribusi sulit	Jual lewat sistem <i>pre-order</i> , titip jual di sekolah atau komunitas lokal

F. Uji Kelayakan Usaha bagi Anak Berkebutuhan Khusus

- ✓ Produk
- ✓ Pasar
- ✓ Produksi
- ✓ Keuangan



Gambar 2.13 Bu Dera menguji kelayakan usaha dari produk hasil karya Kanawa, Nuca, Koka, Buna, dan Rinjani.

Kanawa, Kokam, Nuca, Buna, dan Rinjani memiliki semangat yang luar biasa dan selalu ingin mencoba hal-hal baru. Sebelum memulai, mereka harus melakukan uji kelayakan usaha terlebih dahulu. Mereka harus mempertimbangkan beberapa hal,



seperti perencanaan, pelaksanaan pekerjaan, pengawasan, dan pengendalian usaha. Mereka juga harus mempertimbangkan bagaimana ia akan mengatasi hambatan yang mungkin timbul dalam usahanya.

Dalam bagian ini, kita akan membahas aspek-aspek uji kelayakan usaha yang penting bagi anak berkebutuhan khusus. Mari temukan cara agar ide bisnis kita menjadi kenyataan!

Tabel 2.3 Uji Kelayakan Usaha bagi Anak Berkebutuhan Khusus

Aspek	Kriteria	Ya	Tidak	Catatan/ Rencana Tindak lanjut
Aspek potensi diri	Apakah anak memiliki keterampilan khusus yang bisa dikembangkan?			
	Apakah anak menunjukkan minat pada bidang tertentu?			
	Apakah anak konsisten dan tekun saat berlatih?			
Aspek lingkungan	Apakah ada dukungan dari keluarga atau sekolah untuk usaha anak?			
	Apakah lingkungan sekitar mendukung kegiatan usaha inklusif?			
Aspek produk	Apakah produk yang dibuat sesuai dengan kemampuan dan minat anak?			
	Apakah produk memiliki keunikan atau nilai jual?			



Aspek pasar dan pemasaran	Apakah ada kebutuhan pasar terhadap produk tersebut?			
	Apakah produk mudah dipromosikan melalui media digital?			
	Apakah anak mampu atau terbiasa menggunakan media sosial (dengan bimbingan)?			
Aspek produksi atau teknis	Apakah alat bantu atau teknologi tersedia dan sesuai kebutuhan?			
	Apakah proses produksi mudah dilakukan secara mandiri atau dengan bantuan ringan?			
Aspek manajemen usaha	Apakah anak dapat dilatih mengelola waktu dan tugas produksi?			
	Apakah ada pendampingan atau mentor kewirausahaan?			
Aspek keuangan	Apakah biaya produksi sesuai dengan hasil yang diharapkan?			
	Apakah anak memahami konsep sederhana harga dan keuntungan?			



1. Tujuan studi kelayakan bisnis

Menurut Kasmir (2016:12), tujuan studi kelayakan bisnis adalah mengurangi risiko kerugian serta memudahkan perencanaan, pelaksanaan pekerjaan, pengawasan, dan pengendalian usaha.

a. Mengurangi risiko kerugian

Studi kelayakan digunakan untuk mengatasi risiko kerugian suatu usaha di masa yang akan datang. Studi kelayakan dapat mendata hal-hal yang dapat dikendalikan dan yang tidak sehingga wirausahawan bisa memprediksi strategi untuk mengatasi berbagai kemungkinan yang bisa terjadi.

b. Memudahkan perencanaan

Jika hal-hal yang akan terjadi di masa yang akan datang telah dapat diprediksi, strategi perencanaan akan lebih mudah dibuat.

c. Memudahkan pelaksanaan pekerjaan

Melalui analisis kelayakan bisnis, program-program yang sebelumnya direncanakan dapat dieksekusi dengan lebih mudah dan akurat.

d. Memudahkan pengawasan

Usaha yang sudah memiliki rencana yang matang dan berjalan sesuai dengan rencana memudahkan pemiliknya untuk melakukan pengawasan.

e. Memudahkan pengendalian

Dalam menjalankan sebuah bisnis, tidak dapat dimungkiri jika wirausahawan terkadang menemui masalah dan penyimpangan. Pengawasan secara berkala akan memberi dampak positif, yaitu mudah kemudahan mendeteksi penyimpangan yang dapat terjadi sewaktu-waktu. Dalam hal ini, pemilik usaha dapat mencegah risiko atau kemungkinan buruk.

2. Aspek studi kelayakan bisnis

Dalam aspek kelayakan bisnis, ada beberapa aspek yang harus diperhatikan terkait keputusan layak atau tidaknya menjalankan suatu bisnis yang akan dijalani. Uji kelayakan usaha adalah proses sistematis untuk menilai kelayakan suatu gagasan atau rencana bisnis untuk dijalankan dari berbagai aspek penting. Dalam konteks



kewirausahaan yang melibatkan anak berkebutuhan khusus, uji kelayakan tidak hanya menilai aspek komersial, tetapi juga mempertimbangkan dimensi sosial dan kemampuan adaptasi terhadap kondisi khusus yang dimiliki oleh anak-anak tersebut. Ada beberapa aspek kelayakan bisnis, di antaranya adalah sebagai berikut.

a. Aspek hukum

Aspek ini berkaitan dengan legalitas dan kepatuhan usaha terhadap aturan yang berlaku. Aspek ini mencakup pemahaman dasar mengenai pentingnya perizinan usaha, hak cipta, merek dagang, serta perlindungan konsumen.

Usaha yang dijalankan anak berkebutuhan khusus biasanya dimulai dalam skala mikro atau hobi produktif yang tidak memerlukan izin besar. Namun, tetap diperlukan pendampingan dalam pemahaman aspek legal, seperti:

- 1) pentingnya memberikan label bahan (terutama untuk produk makanan/minuman),
- 2) kesadaran untuk tidak meniru atau membajak karya orang lain (terkait hak cipta),
- 3) pertimbangan agar usaha bisa diarahkan ke tahap pembuatan izin usaha kecil (NIB UMK) jika usaha berkembang, dengan pendampingan.

b. Aspek lingkungan

Aspek ini menilai kelayakan lingkungan tempat usaha untuk mendukung kelangsungan bisnis, baik secara fisik maupun sosial. Lingkungan yang dimaksud mencakup hal berikut:

- 1) Lingkungan fisik: apakah tersedia tempat kerja yang memadai, bersih, aman, dan nyaman untuk produksi serta penjualan? Apakah ramah untuk anak berkebutuhan khusus?
- 2) Lingkungan sosial: apakah masyarakat sekitar, teman, guru, atau keluarga memberikan dukungan? Apakah lingkungan sekolah mendorong kegiatan wirausaha anak?
- 3) Aspek keberlanjutan: apakah usaha memperhatikan dampak lingkungan, seperti penggunaan bahan ramah lingkungan atau pengelolaan sampah?



c. Aspek pasar dan pemasaran

Aspek ini mengevaluasi potensi permintaan pasar dan strategi penjangkauan konsumen. Beberapa poin penting yang ditinjau adalah sebagai berikut.

- 1) Siapa target pasarnya? Misalnya, anak-anak, guru, orang tua, atau komunitas disabilitas.
- 2) Seberapa besar kebutuhan atau minat terhadap produk tersebut?
- 3) Apakah produk memiliki keunikan atau nilai tambah dibandingkan produk lain?
- 4) Strategi pemasaran apa yang bisa digunakan? Misalnya, media sosial, bazar sekolah, promosi dari mulut ke mulut, atau pemesanan *pre-order*?

Ibu Dera dan Kanawa membuat strategi pemasaran secara visual dan sederhana agar tetap menyenangkan.

d. Aspek teknis dan teknologi

Aspek ini mencakup proses produksi, alat yang digunakan, dan kemampuan mengelola produksi secara konsisten. Yang perlu ditinjau adalah sebagai berikut.

- 1) Apakah bahan baku mudah diperoleh dan digunakan?
- 2) Apakah alat-alat sesuai dengan kemampuan anak?
- 3) Apakah proses kerja dapat dibagi menjadi langkah-langkah kecil yang mudah diikuti?
- 4) Apakah teknologi sederhana bisa dimanfaatkan, seperti *printer*, alat press, tablet gambar, atau aplikasi desain?

Untuk menjalankan aspek teknis dan teknologi, penting untuk menyusun SOP (prosedur operasional baku) berbasis gambar atau warna agar proses bisa diulang secara mandiri.

e. Aspek manajemen

Aspek manajemen menilai bagaimana usaha dikelola, siapa yang berperan dalam setiap proses, dan bagaimana pengambilan keputusan dilakukan. Yang dicakup dalam aspek manajemen sebuah usaha adalah usaha dijalankan secara individu atau tim.



- 1) pembagian tugas dan tanggung jawabnya,
- 2) jadwal kerja atau produksi,
- 3) pencatatan data sederhana, seperti stok, penjualan, dan pesanan.

Perlu adanya manajemen yang inklusif, seperti bantuan pendidik, keluarga dan lingkungan, atau “buku kegiatan harian” untuk mencatat alur kerja dan hasil harian.

f. Aspek keuangan

Aspek keuangan adalah penilaian tentang potensi usaha ini dalam menghasilkan keuntungan, kelayakan ekonomisnya, dan kemungkinan usaha berkembang. Aspek ini mencakup

- 1) perkiraan biaya awal (modal),
- 2) perhitungan biaya produksi per unit,
- 3) penetapan harga jual yang adil dan kompetitif,
- 4) perkiraan keuntungan yang bisa diperoleh,
- 5) pemahaman tentang dasar alur keuangan sederhana, seperti uang masuk, uang keluar, dan laba.

Bagi anak berkebutuhan khusus, konsep keuangan dapat dikenalkan melalui pendekatan visual, seperti koin mainan, warna, atau simulasi jual-beli.

Kanawa, Koka, Nuca, Buna dan Rinjani diuji kelayakan usaha mereka untuk menjual hasil karyanya. Hasil uji menunjukkan bahwa mereka mampu menggambar secara konsisten (aspek produk),

- a. mampu memasarkan melalui bazar sekolah (aspek pasar),
- b. memerlukan alur kerja yang dibantu visual (aspek produksi),
- c. memerlukan modal cetak awal yang bisa didukung sekolah (aspek keuangan),
- d. memerlukan pendampingan guru dan kakak kelas (aspek pendampingan).



Dari hasil uji kelayakan yang mempertimbangkan aspek pasar, teknis, keuangan, SDM, dan sosial, usaha berbasis hasil karya anak berkebutuhan khusus pada umumnya layak dikembangkan dengan syarat mendapatkan dukungan sistemik dan pelatihan yang berkelanjutan. Uji kelayakan ini tidak hanya menilai potensi keuntungan ekonomi, tetapi juga dampak positif bagi pemberdayaan anak berkebutuhan khusus secara menyeluruh. Dengan strategi yang tepat, usaha ini bisa menjadi sarana menuju inklusi sosial dan kemandirian ekonomi anak-anak berkebutuhan khusus.



Gambar 2.14 Kolaborasi berbagai pihak untuk mendukung usaha Anak Berkebutuhan Khusus.





Penutup

Melalui pembelajaran kewirausahaan, peserta didik berkebutuhan khusus tidak hanya belajar membuat dan memasarkan produk, tetapi juga belajar mengenal potensi diri. Proses ini menumbuhkan rasa percaya diri, kemandirian, serta kemampuan berkomunikasi dan bekerja sama dengan orang lain.

Bu Dera sebagai pendidik memiliki peran penting dalam menciptakan suasana belajar yang sabar, menyenangkan, dan penuh dukungan. Ia selalu menekankan bahwa keberhasilan tidak semata berfokus pada hasil penjualan, tetapi juga pada keberanian untuk mencoba dan terus belajar.

Dalam suatu sesi refleksi, Bu Dera berkata dengan lembut kepada murid-muridnya,

“Anak-anakku, jangan pernah takut untuk mulai. Setiap karya yang kalian buat adalah langkah kecil menuju masa depan yang besar. Dunia digital terbuka luas bagi siapa pun yang berani berkreasi dengan hati.”



Pesan itu menjadi pengingat bagi semua peserta didik bahwa setiap kemampuan, sekecil apa pun, dapat berkembang menjadi peluang besar jika disertai semangat, kerja keras, dan kepercayaan diri. Dengan strategi pembelajaran yang inklusif dan berorientasi pada potensi, anak-anak berkebutuhan khusus dapat tumbuh menjadi individu yang mandiri, kreatif, dan berdaya di dunia kewirausahaan digital.



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DASAR DAN MENENGAH
REPUBLIK INDONESIA, 2025

Asyiknya Berwirausaha: Mimpi Jadi Nyata
Kewirausahaan bagi Anak Berkebutuhan Khusus

Penulis: Dhea Intan Kusumawardhani dan Sarah Fauzia

ISBN 978-634-00-4480-5 (PDF)

BAB

3

Perencanaan Usaha bagi Anak Berkebutuhan Khusus

Menembus Batas, Menjangkau Dunia





Prolog

Koka duduk di kursi kayu dengan tubuh tegak dan wajah tenang. Ia memang tidak bisa melihat warna-warni dunia, tetapi suara dan kehangatan sekitarnya membuatnya peka terhadap cerita yang sedang ia bawaikan. Dengan suara lembut, ia berkata, “Aku mungkin tidak melihat dunia dengan mataku, tetapi aku bisa merasakan semangat dari teman-temanku. Nuca dengan jarum jahitnya, Kanawa dengan warna pelanginya, Buna dengan tangannya yang suka menempel stiker, dan Rinjani dengan ketelitiannya mengatur jadwal. Kami berbeda, tetapi kami punya satu mimpi: karya kami bisa dilihat dan dihargai dunia.” Kata-kata Koka tersebut menjadi pintu pembuka untuk memahami betapa besar potensi pemasaran digital bagi anak berkebutuhan khusus. Dunia digital yang luas bisa menjadi panggung: tempat setiap anak memperlihatkan dirinya, bukan dari kekurangan yang mereka miliki, melainkan dari kelebihan dan semangat yang mereka bawa (Kusuma, 2020).



Gambar 3.1 Setiap anak mengerjakan tugasnya.



A. Kewirausahaan Konvensional

Kewirausahaan konvensional merupakan bentuk kegiatan usaha yang dilakukan melalui interaksi langsung antara produsen dan konsumen, serta mengandalkan proses produksi manual, pemasaran tatap muka, dan jaringan sosial di lingkungan sekitar. Dalam buku *Prakarya dan Kewirausahaan (PKWU)* terbitan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Kemendikbud), kewirausahaan dijelaskan sebagai kemampuan seseorang untuk menciptakan sesuatu yang baru dan bernilai, melalui keberanian mengambil risiko, kecakapan mengelola sumber daya, dan kemauan kuat untuk menghasilkan produk atau jasa yang bermanfaat bagi masyarakat. Kewirausahaan tidak hanya berbicara tentang menjual barang, tetapi juga mengenai bagaimana seseorang mampu melihat peluang, melakukan inovasi, serta mengelola kegiatan produksi hingga pemasaran dengan etika dan tanggung jawab yang baik.

Secara konvensional, kegiatan wirausaha dimulai dari memahami karakter seorang wirausahawan. Dalam buku *PKWU Kelas XI*, disebutkan bahwa seorang wirausahawan memiliki ciri-ciri penting, seperti percaya diri, berorientasi pada hasil, berani mengambil risiko, kreatif, inovatif, tekun, memiliki jiwa kepemimpinan, serta mampu membangun jaringan dan kerja sama. Ciri-ciri ini dibentuk melalui proses pembelajaran dan pengalaman nyata, bukan muncul secara instan. Oleh karena itu, pembelajaran kewirausahaan di sekolah diarahkan untuk melatih siswa menghadapi tantangan melalui praktik sederhana, seperti membuat produk kerajinan, mengolah makanan, membudidayakan tanaman, dan memodifikasi barang rekayasa sederhana.

Berdasarkan kurikulum PKWU, jenis usaha konvensional yang paling banyak diajarkan meliputi empat kelompok besar, yaitu kerajinan, rekayasa, budidaya, dan pengolahan pangan. Pada usaha kerajinan, siswa diajak membuat produk berbasis bahan lunak atau keras, seperti kerajinan kain flanel, anyaman, bros, atau batik. Usaha rekayasa melibatkan pembuatan atau perbaikan alat sederhana, misalnya alat rumah tangga yang dimodifikasi atau produk elektronik mini yang dirakit. Sementara itu, usaha budidaya berfokus pada kegiatan pertanian sederhana, seperti menanam sayuran, beternak lele, atau bertanam toga. Terdapat pula usaha pengolahan pangan yang berfokus pada pembuatan berbagai produk makanan yang laku dijual, seperti roti,



kue basah, minuman herbal, atau jajanan pasar. Keempat jenis usaha ini ditekankan dalam buku PKWU karena mudah diterapkan, sederhana dalam hal peralatan, dan dekat dengan kehidupan sehari-hari siswa.

Dalam kewirausahaan konvensional, perencanaan usaha menjadi inti dari keseluruhan proses. Buku *PKWU Kelas XII* menyebut bahwa perencanaan usaha mencakup analisis peluang, perencanaan produksi, perencanaan pemasaran, perencanaan keuangan, serta perencanaan organisasi usaha. Analisis peluang dilakukan dengan membaca kebutuhan lingkungan sekitar, mempelajari tren, mengidentifikasi kompetitor, dan melakukan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*). Proses ini membantu siswa memahami apakah produk yang akan dibuat benar-benar memiliki pasar dan apakah usaha tersebut layak dikembangkan.

Selanjutnya adalah perencanaan produksi, yang melibatkan pemilihan bahan, penentuan alat, penyusunan langkah kerja, hingga standar kualitas produk. Pada tahapan ini, buku PKWU menekankan pentingnya efisiensi, keamanan kerja, serta kebersihan alat dan bahan. Misalnya, pada usaha pangan, siswa diajarkan prinsip *food safety*, sedangkan pada usaha kerajinan siswa dikenalkan pada standar kerapian, kebersihan hasil produksi, dan penyelesaian akhir produk agar bernilai jual.

Setelah produk siap, perencanaan pemasaran dilakukan. Pada kewirausahaan konvensional, pemasaran biasanya dilakukan secara langsung melalui pameran sekolah, penitipan produk di koperasi sekolah atau warung sekitar, pemasaran dari mulut ke mulut (*word of mouth*), penggunaan brosur sederhana, poster di papan informasi sekolah, hingga penjualan dalam bentuk paket yang dibawa pulang. Kemendikbud (2013) menekankan bahwa promosi tidak harus rumit, tetapi harus jelas, menarik, dan disampaikan dengan bahasa sederhana yang sesuai dengan target pasar. Siswa diajak membuat brosur menggunakan kertas warna, penulisan slogan, dan pemajangan produk mereka pada stan kecil yang disiapkan di ruang kelas atau halaman sekolah.

Tahapan berikutnya adalah perencanaan keuangan. Buku PKWU memberikan format sederhana untuk menghitung biaya tetap, biaya variabel, harga pokok produksi (HPP), dan penetapan harga jual. Siswa belajar menghitung biaya bahan baku dan biaya operasional, seperti listrik atau gas, serta biaya tenaga kerja sederhana. Dari sini, mereka menentukan keuntungan yang ingin diperoleh. Laporan keuangan sederhana,



seperti buku kas masuk-keluar, juga diajarkan agar siswa terbiasa melakukan pencatatan transaksi secara jujur dan teratur.

Terakhir adalah perencanaan organisasi usaha. Buku PKWU mengajarkan agar usaha kecil memiliki pembagian tugas yang jelas meskipun dijalankan oleh sedikit orang. Pembagian tugas mencakup bagian produksi, bagian keuangan, bagian pemasaran, dan bagian layanan pelanggan. Pembelajaran ini bertujuan menanamkan disiplin, tanggung jawab, serta kemampuan bekerja dalam tim. Etika wirausaha juga ditekankan, seperti kejujuran terhadap pelanggan, penjagaan kualitas makanan, penyampaian informasi dengan sopan, serta pemberian pelayanan ramah.

Dalam kewirausahaan konvensional, semua proses dilakukan secara nyata dan berulang agar siswa paham proses produk diciptakan, dihitung nilainya, dan dijual. Metode ini sangat menumbuhkan rasa percaya diri dan rasa kepemilikan terhadap produk yang dibuat. Siswa juga belajar menghadapi pelanggan langsung, menerima masukan, dan memperbaiki produk mereka. Pendekatan ini sangat relevan untuk pendidikan vokasional dan menjadi dasar sebelum masuk ke wirausaha berbasis digital.

B. Kewirausahaan Digital

Kewirausahaan digital merupakan bentuk inovasi dari aktivitas kewirausahaan konvensional yang memanfaatkan teknologi informasi, internet, dan media sosial untuk menciptakan, mempromosikan, dan menjual produk atau jasa. Dalam buku *PKWU untuk SMA/SMK* dijelaskan bahwa perkembangan teknologi telah mengubah cara pelaku usaha memperkenalkan produknya kepada masyarakat. Jika sebelumnya pemasaran mengandalkan pertemuan langsung, kini pemasaran dapat dilakukan melalui platform digital, seperti media sosial, *marketplace*, *website*, dan aplikasi pesan. Kemendikbud (2013) menekankan bahwa siswa perlu memahami kemampuan literasi digital, kreativitas konten, serta etika transaksi *online* sebagai bagian dari kompetensi kewirausahaan abad ke-21.

Dalam kewirausahaan digital, langkah pertama yang diajarkan adalah membangun identitas usaha secara daring. Buku *PKWU* menjelaskan bahwa identitas usaha digital mencakup nama, logo, slogan, dan karakter visual yang konsisten di semua platform.



Identitas ini penting karena menjadi titik pertama yang dilihat oleh calon pembeli. Misalnya, siswa diminta membuat profil toko digital di media sosial, melengkapi foto profil, menuliskan deskripsi usaha yang jelas, mencantumkan kontak, dan menampilkan produk dengan gaya visual seragam. Guru membantu siswa mengenali pentingnya *branding* karena identitas yang kuat akan membuat produk mudah diingat dan meningkatkan kepercayaan konsumen.

Tahap berikutnya adalah pembuatan konten pemasaran. Konten visual, baik berupa foto, video, poster digital, maupun cerita singkat, memiliki kekuatan besar dalam menarik minat konsumen. Siswa diajarkan teknik dasar fotografi produk, seperti pencahayaan alami, latar sederhana, sudut pengambilan gambar yang jelas, serta penggunaan aplikasi editing sederhana. Buku PKWU juga mendorong siswa untuk menambahkan elemen informatif seperti harga, ukuran, cara pakai, atau keunggulan produk melalui teks dan ikon visual. Dengan bantuan aplikasi desain seperti Canva, CapCut, atau editor bawaan gawai, siswa dapat membuat konten yang menarik meski dengan peralatan sederhana.

Kewirausahaan digital kemudian berlanjut pada tahap pemanfaatan platform digital. Buku *PKWU* menyebutkan beberapa jenis platform yang bisa digunakan siswa.

1. Media sosial (Instagram, Facebook, TikTok) untuk promosi visual dan interaksi cepat.
2. *Marketplace* (Shopee, Tokopedia, Bukalapak) untuk transaksi aman dan jangkauan luas.
3. Aplikasi pesan (WhatsApp Business) untuk layanan pelanggan, katalog produk, dan komunikasi langsung.
4. Blog atau *website* sederhana untuk membangun citra profesional dan memuat informasi lengkap.

Kemendikbud (2013) menekankan pentingnya siswa memahami perbedaan karakter platform. Media sosial unggul untuk menarik perhatian, sementara *marketplace* memberikan rasa aman karena fitur ongkos kirim (ongkir), pembayaran otomatis, dan ulasan. Siswa dilatih untuk memilih platform yang paling sesuai dengan karakter



produk mereka, misalnya kerajinan tangan lebih cocok dipasarkan melalui Instagram, sedangkan makanan kemasan lebih efektif dijual melalui *marketplace*.

Pada aspek strategi pemasaran digital, buku *PKWU* mengajarkan konsep *digital campaign* atau kampanye digital yang sederhana namun efektif. Siswa membuat jadwal unggahan yang konsisten, misalnya tiga kali seminggu, dengan tema harian seperti berikut:

1. *behind the scene* atau di balik layar (proses pembuatan produk),
2. *product highlight* (fitur atau keunggulan),
3. *customer review* (ulasan atau testimoni konsumen),
4. *promo day* (diskon atau paket produk),
5. *storytelling* atau cerita tentang perjalanan usaha.

Strategi tersebut bertujuan melatih disiplin, membangun kedekatan emosional dengan pembeli, dan menjaga visibilitas produk di dunia digital. Kemendikbud menekankan bahwa konsistensi adalah salah satu kunci keberhasilan pemasaran digital karena algoritma platform sosial cenderung mengangkat akun yang aktif dan rutin berinteraksi.

Tahap penting berikutnya adalah pelayanan konsumen digital. Dalam buku *PKWU*, siswa diajarkan etika komunikasi daring, seperti memberi sapaan yang sopan, menjawab pertanyaan dengan jelas, serta mengucapkan terima kasih setelah transaksi. Buku tersebut juga memperkenalkan konsep *customer service* atau layanan konsumen sederhana, misalnya menyediakan templat balasan yang ramah, memberikan informasi pengiriman secara rutin, serta meminta ulasan setelah produk diterima. Siswa dilatih untuk memahami bahwa pelayanan yang baik akan membangun kepercayaan dan mendorong pembeli untuk kembali bertransaksi.

Selanjutnya, siswa juga diajarkan untuk memahami keamanan digital, terutama saat berjualan di *marketplace*. Siswa belajar menjaga kerahasiaan data pribadi, menggunakan metode pembayaran resmi, menghindari tautan mencurigakan, serta memastikan transaksi berlangsung dalam sistem yang aman. Pembelajaran literasi



digital ini menjadi bagian penting dari kewirausahaan digital karena dunia maya memiliki risiko penipuan dan penyalahgunaan data.

Dalam aspek perencanaan keuangan digital, buku PKWU memperkenalkan penggunaan aplikasi pencatatan digital seperti Google Sheets atau aplikasi keuangan sederhana. Siswa mencatat pemasukan, pengeluaran, jumlah stok, biaya pengemasan, serta ongkos kirim. Format laporan keuangan digital ini memudahkan siswa dalam membaca perkembangan usaha mereka. Siswa didorong untuk mempelajari *spreadsheet* karena mudah digunakan bersama-sama oleh tim usaha sekolah, sekaligus melatih keterampilan bekerja berbasis data.

Kewirausahaan digital tidak hanya mengubah cara menjual, tetapi juga membuka peluang baru bagi siswa untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Produk kerajinan atau makanan ringan yang dulunya hanya dijual di bazar sekolah kini bisa dibeli oleh masyarakat di luar kota, bahkan luar pulau. Buku *PKWU* mendorong siswa untuk memanfaatkan perubahan ini sebagai sarana mengembangkan kreativitas, membangun kemandirian, dan belajar berkompetisi secara sehat di dunia nyata.

C. Pengembangan Produk Kreatif

Setiap anak memiliki potensi unik: Nuca dengan menjahit, Kanawa dengan desain warna-warni, Buna dengan desain kemasan berupa stiker ceria, Rinjani dengan ketelitian admin, dan Koka dengan suara narasinya. Produk kreatif anak berkebutuhan khusus selalu membawa cerita di dalamnya. Guru berperan membantu anak menemukan minat dan menyalurkannya ke dalam produk yang bisa dipasarkan (Prastowo, 2019). Sebagai contoh, Nuca memilih kain dari pasar bersama guru. Ia meraba teksturnya, memilih warna, dan mulai menjahit menjadi bros. Sementara itu, Kanawa menggambar pola pelangi dan bintang, yang kemudian dicetak di *tote bag*. Buna membantu menempel stiker warna-warni di kemasan. Rinjani mencatat tanggal unggahan produk untuk memastikan setiap minggu ada konten baru. Koka, dengan suara narasinya, bercerita tentang proses menghasilkan produk untuk ditambahkan ke dalam konten promosi.





Gambar 3.2 Anak mengembangkan produk.

Proses tersebut menunjukkan bahwa setiap tahap produksi melibatkan peran tiap anak. Guru dapat mendokumentasikan semua langkah karena dokumentasi adalah bahan utama dalam pemasaran digital. Foto anak sedang menjahit, video anak sedang menggambar, atau rekaman suara narator yang menjelaskan, semua itu bisa menjadi konten yang menarik.

D. Penentuan Nama Produk

Nama adalah identitas. Ia bukan sekadar label, melainkan wajah pertama yang dilihat orang sebelum mengenal isi produk. Guru sering menekankan kepada anak, “Kalau produkmu punya nama, orang akan lebih mudah mengingatnya. Nama itu adalah ceritamu.”

Suatu hari, Buna menempel stiker warna-warni di sebuah kotak kecil. Wajahnya berseri ketika ia berkata, “Aku mau kasih nama ‘Anak Ceria’ karena aku suka tersenyum.” Guru mencatat nama itu dan bertanya kepada teman-temannya, “Kalau kalian dengar nama ‘Anak Ceria’, apa yang terbayang?” Anak-anak pun menjawab: bahagia, senyum, dan warna-warni. Nama itu akhirnya dipilih sebagai identitas produk.





Gambar 3.3 Anak menentukan nama produk.

Langkah penentuan nama produk dapat dilakukan secara sederhana. Pertama, guru mengajak anak membuat daftar nama yang mereka sukai. Kedua, guru menanyakan makna dari nama tersebut sehingga anak tidak sekadar memilih nama asal-asalan. Ketiga, nama-nama itu diuji coba ke teman sebaya untuk melihat mana yang paling menarik. Melibatkan anak dalam proses penentuan nama membuat mereka merasa dihargai dan semakin menumbuhkan rasa memiliki produk yang mereka hasilkan. Kanawa, dengan ekspresi penuh konsentrasi, menggambar logo kecil di samping tulisan Anak Ceria. Logo itu berupa wajah anak tersenyum dengan garis melingkar di sekelilingnya karena Kanawa menyukai bentuk lingkaran. Dari nama hingga logo, identitas produk pun perlahan terbentuk.

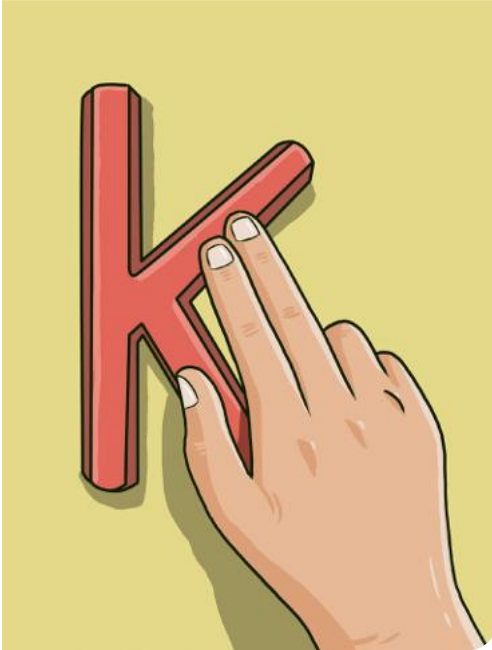


Gambar 3.4 Kanawa menggambar logo.



E. Desain Logo

Logo adalah simbol visual dari identitas sebuah produk. Koka bisa merasakan bentuk dengan jarinya. Guru memberinya karton timbul berbentuk huruf “K”. Ia meraba pelan, lalu tersenyum, “Ini logoku.” Walaupun sederhana, simbol itu punya makna dalam bagi dirinya (Wahyudi, 2022).



Gambar 3.5 Koka meraba karton timbul berbentuk huruf “K”.

Desain logo bisa dibuat dengan pendekatan multisensori. Anak yang menyukai gambar dapat menggambar simbol sederhana sesuai minatnya. Guru kemudian bisa mendigitalisasi bentuk itu dengan aplikasi sederhana. Logo tidak harus rumit. Sebuah daun, bintang, hati, atau inisial nama bisa menjadi lambang kuat jika membawa makna personal. Kanawa, dengan keahliannya sebagai penata warna dan ilustrator, menambahkan palet warna pelangi pada logo. Ia menyelipkan stiker hati dan bintang di sekelilingnya, sesuai gaya khasnya. Rinjani, sebagai admin, memastikan logo itu tersimpan rapi di

folder digital dan siap dipakai setiap kali produk diunggah. Dengan begitu, setiap unggahan produk memiliki keseragaman identitas visual.

F. Kemasan

Kemasan bukan hanya pelindung produk, melainkan juga bagian dari strategi *branding* (Astuti, 2021). Nuca tersenyum lebar saat hasil rajutannya dimasukkan ke plastik bening dan ia menempel stiker bertuliskan *Rajutan Nuca*. Guru memberinya alat bantu agar stiker bisa ditempel lurus. Ia merasa bangga: “Kalau sudah begini, aku bisa menjualnya.”





Gambar 3.6 Nuca menempel stiker “Rajutan Nuca” pada kemasan.

Kemasan yang baik untuk produk anak berkebutuhan khusus sebaiknya ramah anak (misalnya, tidak tajam) dan sederhana. Pertama, kemasan mudah dibuka dan ditutup agar anak tidak kesulitan. Kedua, kemasan memberi ruang bagi anak untuk menempel label sendiri. Ketiga, kemasan juga memuat informasi singkat, seperti nama produk, harga, dan kontak.

Di kelas, guru membuat aktivitas seru: anak-anak diminta menempel label harga warna-warni pada kemasan tiap produk.

Buna membantu menempel stiker

bergambar bunga di kotak produk. Kanawa mendesain stiker digital dengan palet warna ceria. Rinjani memastikan semua label tersimpan rapi dalam daftar stok. Koka menarasikan proses itu dengan suara lantang sehingga tiap tahapan tidak hanya terlihat, tetapi juga terdengar.

G. Penentuan Harga Pokok Produk Pesanan

Penentuan harga pokok produk pesanan atau *job order costing* adalah sistem penghitungan biaya produksi yang digunakan ketika suatu produk dibuat berdasarkan pesanan khusus dengan karakteristik unik yang berbeda dari produk lainnya. Sistem ini sangat relevan untuk usaha kecil, industri kreatif, serta kegiatan produksi di sekolah inklusif karena memungkinkan perhitungan biaya secara terperinci pada setiap pesanan.

Menentukan harga produk adalah langkah penting yang sekaligus menjadi sarana belajar berhitung. Dalam kelas simulasi, guru meletakkan sabun buatan tangan di meja



dan bertanya, “Berapa harganya?” Rinjani, yang berperan sebagai admin, menempelkan tiga gambar koin di samping sabun dan menjawab, “Tiga ribu.” Teman-temannya pun belajar bahwa harga bisa dihitung dari jumlah koin (Sugiyono, 2017).

1. Harga pokok produksi usaha produk makanan

Berikut adalah contoh tahapan menghitung harga pokok produksi usaha produk dengan contoh produk berupa makanan.

a. Biaya pokok produksi produk makanan

Harga pokok produksi (HPP) merupakan seluruh biaya yang dikeluarkan pada saat memproduksi suatu produk, yang meliputi biaya bahan makanan, biaya bahan bakar, biaya penyusutan alat, dan biaya tenaga kerja.

Rumus dari biaya produksi adalah

$$\text{Biaya Pokok Produksi} = \text{Biaya Bahan} + \text{Biaya Tenaga Kerja} + \text{Biaya Produksi Tidak Langsung}$$

b. Biaya bahan makanan (*material cost*)

Dalam kegiatan usaha kuliner, biaya bahan makanan merupakan komponen utama yang terdiri atas seluruh bahan baku yang digunakan untuk menghasilkan menu atau produk makanan. Biaya ini merupakan kategori biaya variabel, yaitu biaya yang akan berubah secara sesuai jumlah produk yang diproduksi. Penentuan kebutuhan bahan makanan umumnya mengikuti perhitungan *standard yield* untuk memastikan penggunaan bahan tetap efisien. Biaya bahan makanan (BBM) dihitung berdasarkan total pengeluaran yang digunakan untuk membeli bahan baku, termasuk tambahan biaya transportasi yang timbul selama proses pembelian atau pengadaan bahan. Dengan demikian, seluruh pengeluaran yang terkait dengan perolehan bahan makanan harus dihitung sebagai bagian dari biaya bahan.

c. Biaya tenaga kerja

Biaya tenaga kerja mencakup seluruh pengeluaran yang dikeluarkan untuk memberikan upah dan gaji kepada pekerja, baik tenaga kerja langsung maupun tenaga kerja tidak langsung. Tenaga kerja langsung adalah pekerja yang



terlibat langsung dalam proses pembuatan produk dan biayanya dapat dihitung berdasarkan total jam kerja yang digunakan. Sementara itu, biaya tenaga kerja tidak langsung merupakan bagian dari biaya *overhead* (BOP), seperti supervisor, tenaga kebersihan, atau tenaga pendukung lainnya, yang biasanya dihitung dalam periode bulanan sebagai bagian dari beban biaya produksi tidak langsung.

d. Biaya produksi tidak langsung

Biaya produksi tidak langsung terdiri dari berbagai pengeluaran yang mendukung proses produksi, tetapi tidak dapat ditelusuri langsung ke produk. Salah satu komponen utamanya adalah biaya bahan bakar atau energi, yaitu semua sumber energi yang digunakan selama proses produksi, seperti gas, listrik, dan air. Selain itu, terdapat biaya penyusutan peralatan, yaitu biaya yang dihitung berdasarkan nilai ekonomis suatu alat selama masa pemakaiannya. Penyusutan ini ditentukan dengan mempertimbangkan harga peralatan, kapasitas penggunaan, serta umur manfaatnya sehingga memberikan gambaran mengenai biaya pemakaian alat per periode produksi.

Contoh Usaha Pada Produk Makanan

Catering Hebat Jaya, yang membuat pesanan ayam goreng bumbu rujak berdasarkan pesanan pada bulan Juli 2025, mendapatkan pesanan sebagai berikut.

No	Pemesan	Jenis	Kode	Unit	Harga Satuan	Jumlah Harga
1	Pemesan A	Ayam goreng	101	40 potong	Rp 12.000,00	Rp 480.000,00
2	Pemesan B	Ayam goreng	102	60 potong	Rp 11.000,00	Rp 660.000,00
3	Pemesan C	Ayam goreng	103	80 potong	Rp 11.500,00	Rp 920.000,00
Total Penerima Pesanan						Rp 2.060.000,00



Tabel 3.1 Daftar kebutuhan bahan

Kebutuhan bahan pengolahan ayam goreng bumbu rujak 180 potong

No.	Nama Bahan	Banyaknya	Harga Satuan	Jumlah Harga
A.	<u>Bahan pokok</u>			
1.	Ayam @ 500 gr	45 ekor	Rp 30.000,00	Rp 1.350.000,00
B.	<u>Bahan pelengkap</u>			
1.	Box plastik mika	18 bungkus	Rp 5.000,00	Rp 90.000,00
2.	Cabe merah	4,5 kg	Rp 25.000,00	Rp 112.500,00
3.	Asam jawa	1 bungkus kecil	Rp 1.000,00	Rp 1.000,00
4.	Terasi	1 bungkus kecil	Rp 1.000,00	Rp 1.000,00
5.	Garam	1 bungkus kecil	Rp 2.000,00	Rp 2.000,00
6.	Gula merah	500 gram	Rp 16.000,00	Rp 8.000,00
7.	Santan 200 cc	4 butir kelapa	Rp 7.000,00	Rp 28.000,00
8.	Arang	10 bungkus	Rp 5.000,00	Rp 50.000,00
C.	<u>Transport</u>	-	-	Rp 10.000,00
Biaya bahan makanan				Rp 1.652.500,00

Kegiatan perusahaan untuk memproduksi pesanan tersebut adalah sebagai berikut.

1. Menggunakan tenaga kerja langsung masing-masing 10 jam, 15 jam, dan 20 jam dengan tarif Rp10.000,00 per jam.
2. Menggunakan tenaga kerja tak langsung untuk tiap pesanan selama 10 jam dengan tarif Rp9.000,00
3. Menggunakan tenaga kerja pemasaran dan administrasi dan umum Rp4.800.000,00
4. BOP yang dibebankan pada tiap pesanan adalah 75% dari biaya tenaga kerja langsung.
5. BOP selain bahan penolong dan tenaga kerja tak langsung adalah
 - a. penyusutan mesin Rp 3.000.000,00
 - b. biaya asuransi Rp 1.500.000,00
 - c. biaya pemeliharaan mesin Rp 2.500.000,00
 - d. biaya produksi tak langsung lainnya Rp 750.000,00



Berdasarkan data tersebut, dapat dihitung harga pokok produksi berikut.

1. Mencatat penyerahan produk jadi

a. **Perhitungan harga pokok produksi**

Karena pada contoh buku perhitungan keuntungan bersih menggunakan pendekatan persentase harga jual, maka komponen biaya dihitung dari harga jual total.

Diketahui:

a) Biaya bahan makanan (BBM) = Rp1.652.500,00

b) BBM = 45% dari harga jual

Maka:

Harga jual = $100/45 \times \text{Rp}1.652.500,00 = \text{Rp}3.672.222,22$

✓ Komponen biaya operasional:

a) Biaya bahan makanan (BBM) = 45%

b) Biaya tenaga kerja (BTK) = 25%

c) Biaya produksi tidak langsung (BBB+BPA/BOP) = 15%

✓ Perhitungan rupiah tiap komponen:

a) $\text{BBM} = 45\% \times \text{Rp}3.672.222,22 = \text{Rp}1.652.500,00$

b) $\text{BTK} = 25\% \times \text{Rp}3.672.222,22 = \text{Rp}918.055,56$

c) $\text{BOP} = 15\% \times \text{Rp}3.672.222,22 = \text{Rp}550.833,33$

✓ Persentase masing-masing pesanan:

a. Pesanan 101 = $40/180 = 22,22\%$

b. Pesanan 102 = $60/180 = 33,33\%$

c. Pesanan 103 = $80/180 = 44,45\%$

Perhitungan harga pokok produksi per pesanan

Biaya	Pesanan 101	Pesanan 102	Pesanan 103
Bahan baku (BBM)	Rp 367.222,22	Rp 550.833,33	Rp 734.444,45
Tenaga kerja (BTK)	Rp 203.990,12	Rp 305.987,91	Rp 408.077,53
BOP (BBB+BPA)	Rp 122.395,06	Rp 183.592,78	Rp 244.845,49
Jumlah	Rp 693.607,40	Rp 1.040.414,02	Rp 1.387.367,47
Total HPP	Rp 3.121.388,89		



b. Perhitungan keuntungan bersih

Keuntungan bersih dapat ditentukan berdasarkan perhitungan jumlah pendapatan dikurangi dengan biaya bahan, biaya tenaga kerja, dan biaya produksi tidak langsung.

Persentase biaya operasional

• biaya bahan makanan (BBM)	= 45%
• biaya tenaga kerja (BTK)	= 25%
• biaya produksi tidak langsung (BBB & BPA)	= 15% +
total biaya operasional	85%

Dengan asumsi harga jual sebesar 100%, keuntungan bersih yang diperoleh adalah:

$$100\% - 85\% = 15\%$$

Perhitungan keuntungan bersih

- Harga jual = Rp3.672.222,22
- Total biaya operasional = Rp3.121.388,89

$$\text{Keuntungan bersih} = \text{Rp3.672.222,22} - \text{Rp3.121.388,89} = \text{Rp550.833,33}$$

Keuntungan bersih per pesanan

Pesanan	Harga Jual	Total Biaya	Laba Bersih
101	Rp 815.967,78	Rp 693.607,40	Rp 122.360,38
102	Rp 1.223.951,67	Rp 1.040.414,02	Rp 183.537,65
103	Rp 1.632.302,78	Rp 1.040.414,02	Rp 244.935,31
Total	Rp 3.672.222,22	Rp 3.121.388,89	Rp 550.833,33

Kesimpulan

Berdasarkan perhitungan tersebut, diketahui bahwa total biaya operasional sebesar 85% dari harga jual, sedangkan keuntungan bersih yang diperoleh adalah sebesar 15%. Dengan total penjualan sebesar Rp3.672.222,22, maka usaha Catering Hebat Jaya memperoleh keuntungan bersih sebesar Rp550.833,33.



2. Harga Pokok Produksi Jasa Kecantikan

Contoh lainnya adalah usaha dalam bidang jasa kecantikan. Berikut adalah simulasi penentuan harga pokok produksi dan harga layanan.

Kecantikan merupakan salah satu bisnis yang diminat oleh masyarakat. Ada beberapa usaha yang diminati: salon kecantikan, *barbershop*, *make-up artist* (MUA).

Contoh berikut menunjukkan penghitungan harga pelayanan jasa sebuah usaha salon.

a. Estimasi biaya peralatan salon kecantikan

Biaya depresiasi dalam jangka waktu 4 tahun. Perhitungan depresiasi menggunakan metode garis lurus*.

Depresiasi per tahun = Harga perolehan : umur ekonomis

Depresiasi per bulan = $\frac{\text{Depresiasi per tahun}}{12}$

Tabel 3.2 Biaya peralatan perawatan rambut

No.	Peralatan	Unit	Harga per unit	Total	Depresiasi per tahun*
1	Barber chair (kursi)	2	Rp 250.000,00	Rp 500.000,00	Rp 125.000,00
2	Creambath chair	2	Rp 350.000,00	Rp 700.000,00	Rp 175.000,00
3	Cermin salon	2	Rp 300.000,00	Rp 600.000,00	Rp 150.000,00
4	Meja salon	2	Rp 400.000,00	Rp 800.000,00	Rp 200.000,00
5	Hair dryer (pengering rambut)	1	Rp 400.000,00	Rp 400.000,00	Rp 100.000,00
6	Clipper (penjepit)	2	Rp 150.000,00	Rp 300.000,00	Rp 75.000,00



7	Celemek	2	Rp 50.000,00	Rp 100.000,00	Rp 25.000,00
8	Sisir sasak	12	Rp 2.000,00	Rp 24.000,00	Rp 2.000,00
9	Sisir potong	2	Rp 10.000,00	Rp 20.000,00	Rp 5.000,00
10	Sisir bergerigi	2	Rp 15.000,00	Rp 30.000,00	Rp 7.500,00
11	Gunting potong lurus	2	Rp 40.000,00	Rp 80.000,00	Rp 20.000,00
12	Gunting gerigi	2	Rp 40.000,00	Rp 80.000,00	Rp 20.000,00
13	Gunting penipis	2	Rp 30.000,00	Rp 60.000,00	Rp 15.000,00
14	Rol rambut	12	Rp 2.000,00	Rp 24.000,00	Rp 6.000,00
15	Sikat rambut	2	Rp 25.000,00	Rp 50.000,00	Rp 12.500,00
16	Handuk kecil	12	Rp 40.000,00	Rp 480.000,00	Rp 120.000,00
17	Trolley	1	Rp 300.000,00	Rp 300.000,00	Rp 75.000,00
18	Semprotan Air	2	Rp 25.000,00	Rp 50.000,00	Rp 12.500,00
19	Jepit Rambut	12	Rp 1.000,00	Rp 12.000,00	Rp 3.000,00
Total peralatan perawatan rambut			Rp 2.430.000,00	Rp 4.610.000,00	Rp 1.148.500,00

b Alat perawatan wajah dan badan

Tabel 3.3 Biaya pemakaian peralatan

No.	Peralatan	Unit	Harga per unit	Total	Depresiasi per tahun*
1	Alat <i>facial</i>	1	Rp 1.800.000,00	Rp 1.800.000,00	Rp 450.000,00
2	<i>Vapozone</i>	1	Rp 500.000,00	Rp 500.000,00	Rp 125.000,00
3	Kaca pembesar	1	Rp 1.000.000,00	Rp 1.000.000,00	Rp 250.000,00
4	Pinset	2	Rp 35.000,00	Rp 70.000,00	Rp 12.500,00
5	<i>Bed facial</i>	1	Rp 550.000,00	Rp 550.000,00	Rp 137.500,00



6	Home sauna	1	Rp 950.000,00	Rp 950.000,00	Rp 237.500,00
7	Bath tub	1	Rp 1.000.000,00	Rp 1.000.000,00	Rp 250.000,00
8	Meja lulur	1	Rp 500.000,00	Rp 500.000,00	Rp 125.000,00
9	Kimono	2	Rp 60.000,00	Rp 120.000,00	Rp 30.000,00
10	Handuk	2	Rp 20.000,00	Rp 40.000,00	Rp 10.000,00
11	Kain kemben	2	Rp 30.000,00	Rp 60.000,00	Rp 15.000,00
Total peralatan perawatan wajah & badan			Rp 7.184.000,00	Rp 7.319.000,00	Rp 1.330.000,00
Total peralatan perawatan rambut, wajah, dan badan				Rp 11.929.000,00	Rp 2.478.500,00

c. Pemakaian bahan salon kecantikan

Tabel 3.4 Bahan salon kecantikan

No.	Bahan perawatan rambut	Kuantitas	Harga per unit	Jumlah
1	Sampo	5 liter	Rp 250.000,00	Rp 1.250.000,00
2	Conditioner	2 liter	Rp 200.000,00	Rp 400.000,00
3	Vitamin rambut	1 liter	Rp 350.000,00	Rp 350.000,00
4	Krim <i>creambath</i>	1 kg	Rp 250.000,00	Rp 250.000,00
5	Masker rambut	1 kg	Rp 250.000,00	Rp 250.000,00
6	Aromaterapi	1 lusin	Rp 240.000,00	Rp 240.000,00
Total				Rp 2.740.000,00



d. Bahan perawatan wajah dan badan

Tabel 3.5 Bahan perawatan wajah dan badan

No.	Bahan perawatan wajah dan badan	Kuantitas	Harga per unit		Jumlah	
1	Masker emas topeng	1 lusin	Rp	600.000,00	Rp	600.000,00
2	Masker susu	1 kg	Rp	480.000,00	Rp	480.000,00
3	Masker badan	1 kg	Rp	160.000,00	Rp	160.000,00
4	Lulur bengkoang	1 kg	Rp	140.000,00	Rp	140.000,00
5	Lulur aromaterapi	1 kg	Rp	140.000,00	Rp	140.000,00
6	Lulur susu	1 kg	Rp	140.000,00	Rp	140.000,00
7	Lulur <i>green tea</i> (teh hijau)	1 kg	Rp	140.000,00	Rp	140.000,00
Total					Rp	1.800.000,00

e. Biaya gaji karyawan

Tabel 3.6 Biaya gaji karyawan salon kecantikan

No.	Keterangan	Jumlah	Harga		Jumlah	
1	Supervisor	1	Rp	2.500.000,00	Rp	2.500.000,00
2	Karyawan	2	Rp	2.000.000,00	Rp	4.000.000,00
Total					Rp	6.500.000,00



f. Biaya usaha lainnya

Tabel 3.7 Biaya lain-lain

No.	Keterangan	Jumlah	Harga	Jumlah
1	Air, listrik, dan telepon	1	Rp 800.000,00	Rp 800.000,00
2	Transport karyawan	4	Rp 250.000,00	Rp 1.000.000,00
Total				Rp 1.800.000,00

g. Estimasi pendapatan

Tabel 3.8 Proyeksi pendapatan satu bulan

No.	Keterangan	Jumlah	Harga/Pelayanan	Jumlah
1	Potong rambut	100	Rp 15.000,00	Rp 1.500.000,00
2	<i>Creambath</i>	75	Rp 40.000,00	Rp 3.000.000,00
3	<i>Hair treatment</i>	60	Rp 60.000,00	Rp 3.600.000,00
4	<i>Hair spa</i>	50	Rp 65.000,00	Rp 1.100.000,00
5	<i>Facial</i>	75	Rp 45.000,00	Rp 3.250.000,00
6	Totok wajah	45	Rp 35.000,00	Rp 1.575.000,00
7	Lulur	40	Rp 60.000,00	Rp 2.400.000,00
8	Pijat lulur	45	Rp 90.000,00	Rp 4.050.000,00
9	Pijat tradisional	40	Rp 70.000,00	Rp 2.800.000,00
Total				Rp 23.275.000,00

Agar jumlah minimal jasa yang harus dijual agar balik modal, perhitungan menggunakan metode BEP (*break even point*).



h. Estimasi Keuntungan

Perhitungan laba per bulan.

Pendapatan		Rp	23.275.000,00
Biaya Usaha:			
Biaya perlengkapan	Rp	1.800.000,00	
Biaya gaji	Rp	8.800.000,00	
Biaya depresiasi	Rp	206.542,00	
Biaya usaha lainnya	Rp	1.500.000,00	
		Rp	<u>12.606.542,00</u>
Laba bersih		Rp	10.668.458,00

Rumus:

$$\text{ROI} = \text{Laba Bersih} / \text{Total Investasi} \times 100\%$$

Substitusi:

$$\text{Laba bersih:} \quad \text{Rp}10.668.458$$

$$\text{Total investasi peralatan:} \quad \text{Rp}11.929.000$$

$$\text{ROI} = 10.668.458 / 11.929.000 \times 100\% = 89,4\%$$

Berdasarkan perhitungan estimasi laba bersih per bulan sebesar Rp10.668.458,00 dan total investasi peralatan salon kecantikan sebesar Rp11.929.000,00, maka diperoleh nilai *Return on Investment* (ROI) sebesar 89,4% per bulan. Nilai ini menunjukkan bahwa usaha salon kecantikan memiliki tingkat pengembalian investasi yang tinggi, sehingga secara finansial layak untuk dijalankan dan dikembangkan.



H. Strategi Pemasaran Digital yang Inklusif

Strategi pemasaran digital untuk anak berkebutuhan khusus tidak dapat disamakan dengan pelaku bisnis pada umumnya. Pendekatan inklusif adalah kunci, yaitu setiap anak diberi ruang untuk mengekspresikan diri sesuai karakteristik mereka (Kusuma, 2020; Prastowo, 2019). Strategi tersebut mencakup beberapa hal berikut.

1. Gunakan bahasa visual

Nuca membuat video tanpa suara, menonjolkan gerakan tangannya yang sedang menjahit. Guru menambahkan *caption* dengan emoji senyum dan bunga. Rinjani mengunggah foto lilin dengan latar polos secara *close-up* (dekat), lalu menambahkan ikon lavender. Koka memastikan konten dibuat dengan teks besar berwarna cerah agar lebih mudah dikenali. Kanawa selalu konsisten menggunakan palet warna pelangi, hati, dan bintang dalam desainnya. Buna menghias kemasan dengan stiker ceria sehingga foto produk tampak hangat.

2. Tampilkan cerita pribadi

Cerita dengan sentuhan personal akan membuat audiens merasa dekat. Misalnya, konten “di balik layar” yang menampilkan Rinjani sedang menempel label, atau video sederhana yang memperlihatkan Buna menghias kotak sambil tertawa. Guru menuliskan *caption*: “Setiap stiker yang ditempel Buna adalah senyum yang ia bagikan untukmu.” Cerita seperti ini membangun ikatan emosional dengan pembeli.

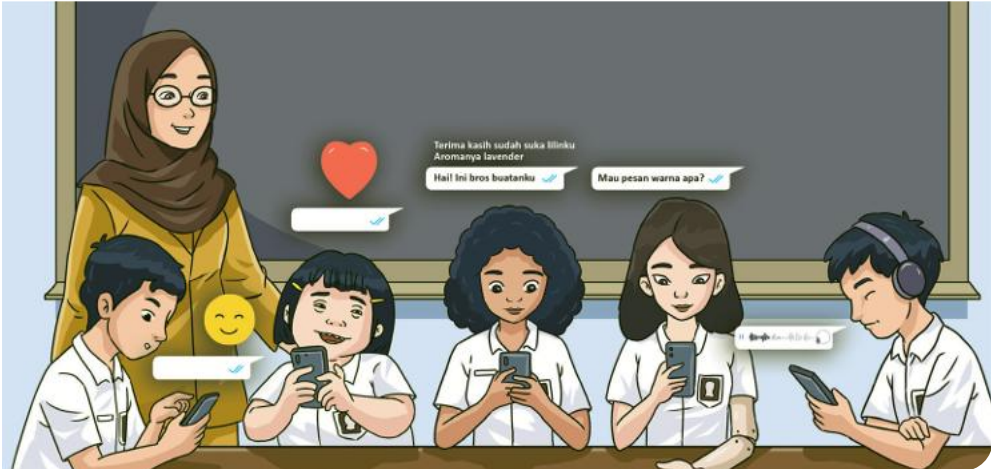
3. Buat jadwal posting rutin

Konsistensi penting untuk menjaga audiens. Rinjani menyusun jadwal mingguan: Senin untuk Kanawa dengan #MotifPelangiKanawa, Selasa untuk Koka dengan #SentuhKaryaKoka, Rabu untuk Nuca dengan #BrosSunyiNuca, Kamis untuk Buna dengan #BunaCeriaOfTheWeek, dan Jumat untuk Rinjani dengan #KaryaRinjani. Dengan cara ini, setiap anak punya hari khusus untuk tampil dan konten menjadi lebih teratur.



4. Siapkan templat pesan balasan

Guru membantu anak membuat balasan singkat yang mudah dipahami. Misalnya, Nuca menggunakan teks: “👋 Hai! Ini bros buatan aku 😊 Mau pesan warna apa, ya?” Rinjani menulis, “Terima kasih sudah suka lilinku 💜 Aromanya lavender 🌿”.



Gambar 3.7 Tampilan layar ponsel dengan berbagai pesan balasan anak.

5. Sertakan testimoni

Guru menambahkan komentar positif dari teman dan keluarga. Misalnya, testimoni teman Nuca: “Aku suka banget brosnnya, cantik dan rapi.” Ibunda Koka menulis: “Koka meraba dan menyusun sabun ini setiap pagi. Dia bangga jika kamu memakainya.” Ulasan sederhana ini menambah nilai sosial dan membuat pembeli lebih percaya (Wahyudi, 2022).



Gambar 3.8 Layar ponsel menampilkan testimoni pembeli.





Penutup

Koka menutup bab ini dengan suara yang penuh keyakinan: “Kami mungkin berbeda, tetapi dunia digital membuat kami setara. Kami punya ruang untuk bercerita, punya tempat untuk menunjukkan karya, dan punya kesempatan untuk menembus batas. Pemasaran digital bukan hanya tentang menjual barang, melainkan juga tentang membuka jalan bagi kami untuk dihargai, dilihat, dan diingat.”

Pemasaran digital menjadi jembatan nyata untuk pemberdayaan anak berkebutuhan khusus. Mereka belajar memproduksi, memberi nama, membuat logo, mengemas, menentukan harga, dan memasarkan produk secara inklusif. Lebih dari sekadar aktivitas jual beli, inilah proses membangun rasa percaya diri, kemandirian, dan masa depan yang lebih cerah (Kusuma, 2020; Prastowo, 2019).



Gambar 3.9 Anak-anak menunjukkan unggahan produk mereka di media sosial.



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DASAR DAN MENENGAH
REPUBLIK INDONESIA, 2025

Asyiknya Berwirausaha: Mimpi Jadi Nyata
Kewirausahaan bagi Anak Berkebutuhan Khusus

Penulis: Dhea Intan Kusumawardhani dan Sarah Fauzia
ISBN 978-634-00-4480-5 (PDF)

BAB

4

Perencanaan Pembelajaran Pengembangan Kewirausahaan bagi Anak Berkebutuhan Khusus

Langkah Kecil Menuju Dunia Usaha





Prolog

Kelas X menjadi ruang belajar yang penuh semangat dan warna, dihuni oleh anak berkebutuhan khusus dengan beragam karakteristik. Walaupun cara belajar mereka berbeda dari anak lainnya, tiap anak memiliki bakat dan potensi yang luar biasa.



Gambar 4.1 Kanawa menggambar desain dengan tabletnya



Gambar 4.2 Nuca menunjukkan kealiannya dalam menjahit

Di sudut ruangan kelas, duduklah Kanawa, yang sangat senang menggambar. Ia tidak banyak bicara, tetapi tangannya lincah menciptakan ilustrasi digital yang indah pada layar tabletnya. Ia sangat teliti, dan setiap warna yang dipilihnya selalu punya arti. Gambar-gambarnya digunakan sebagai desain untuk produk-produk buatan teman-temannya, seperti kaos, tas kain, dan stiker, bahkan kostum acara kantor atau sekolah.



Di meja paling depan, ada Nuca, yang sangat berbakat dalam menjahit. Ia tidak bisa mendengar suara, tetapi tangannya cekatan merangkai kain menjadi baju, celana, dompet, dan tas jinjing. Ia berkomunikasi lewat bahasa isyarat dan ekspresi wajah, dan selalu bekerja dengan penuh konsentrasi. Produk jahitannya menjadi salah satu favorit saat pameran sekolah.



Gambar 4.3 Koka memasarkan produk melalui live streaming

Selanjutnya, ada Koka, yang sangat minat dalam media sosial. Bu Dera mempercayakan pengelolaan media sosial kepadanya. Koka bertugas mempromosikan dan mengunggah produk hasil karya semua siswa dalam e-commerce dan media sosial. Koka juga sering melakukan *live streaming* di platform digital tersebut dalam rangka promosi dan penjualan.



Gambar 4.4 Buna dengan telaten mengemas hasil karya teman-temannya

Lalu, ada Buna, yang sangat bersemangat dan telaten. Buna bertanggung jawab sebagai tim pengemasan dan *packing*. Ia membungkus produk dengan rapi, memberi label, dan menempelkan stiker ucapan terima kasih di setiap pesanan. Semua teman percaya pada kerapian dan ketekunannya.





Gambar 4.5 Rinjani mengetik laporan keuangan dengan arahan Bu Dera

Terakhir, duduk dengan serius di dekat Bu Dera, ada Rinjani yang cermat. Rinjani bertugas sebagai pengatur keuangan kelas. Ia mencatat setiap pemasukan dan pengeluaran dengan menggunakan aplikasi Excel sederhana yang telah dimodifikasi. Dengan bantuan Bu Dera, Rinjani juga belajar membuat laporan sederhana dan menyampaikan hasilnya saat rapat evaluasi setiap triwulan.

Bu Dera tak henti-hentinya tersenyum bangga. Ia tahu bahwa strategi mengajar harus disesuaikan dengan karakter dan kekuatan setiap anak. Ia tidak memaksa

semua anak bisa melakukan hal yang sama. Sebaliknya, ia memberikan ruang agar setiap anak bisa menunjukkan keunggulannya.

“Di dunia digital dan kewirausahaan ini,” kata Bu Dera suatu hari, “yang paling penting bukan seberapa cepat kamu bisa, tapi seberapa kamu percaya bahwa kamu mampu.”

Kini, produk buatan kelas X ini tidak hanya dipajang di sekolah, tetapi juga sudah dijual melalui bazar, pameran, dan juga media sosial. Mereka tidak hanya belajar tentang bisnis. Mereka sedang membangun rasa percaya diri, kerja sama, dan makna dari keberagaman.



A. Pengertian dan Tujuan Pembelajaran Pengembangan Kewirausahaan bagi Anak Berkebutuhan Khusus

Pengembangan kewirausahaan bagi anak berkebutuhan khusus merupakan proses sistematis untuk membantu mereka menghasilkan produk bernilai, sekaligus menemukan serta menguatkan potensi diri. Dalam pendidikan inklusif, pengembangan usaha tidak hanya berorientasi pada keuntungan tetapi juga pada penguatan karakter, kemandirian, dan kepercayaan diri.

Tujuan pengembangan kewirausahaan bagi anak berkebutuhan khusus meliputi

1. mengembangkan potensi individu sesuai kemampuan masing-masing;
2. melatih kreativitas dan keberanian mencoba hal baru;
3. memberikan pengalaman nyata dalam proses produksi dan pemasaran;
4. membentuk kemandirian dalam mengambil keputusan;
5. menciptakan peluang masa depan melalui keterampilan produktif.

Pembelajaran kewirausahaan bagi anak berkebutuhan khusus perlu dirancang secara adaptif, visual, bertahap, dan berbasis kekuatan setiap siswa. Strategi ini mengombinasikan pendekatan digital dan konvensional agar siswa memahami kewirausahaan secara menyeluruh, baik di dunia nyata maupun dunia digital.

B. Strategi dan Langkah-Langkah Pembelajaran Pengembangan Kewirausahaan bagi Anak Berkebutuhan Khusus

Dengan strategi yang penuh adaptasi, anak mulai menunjukkan semangat baru. Produk sederhana buatan mereka perlahan-lahan mendapat tempat di dunia usaha dan digital. Bu Dera tahu bahwa mungkin mereka tidak akan langsung menjadi pebisnis besar. Namun, yang paling penting adalah mereka mulai percaya bahwa mereka bisa, dengan cara mereka sendiri.



Pembelajaran kewirausahaan konvensional merupakan pendekatan yang menekankan pengalaman langsung (*hands-on experience*) melalui kegiatan produksi manual, layanan pelanggan tatap muka, dan transaksi riil. Pendekatan ini sangat relevan bagi anak berkebutuhan khusus karena membantu mereka memahami konsep wirausaha secara konkret, mudah dipahami, dan sesuai perkembangan kognitif maupun sosial mereka.

Di era digital saat ini, keterampilan pemasaran digital (*digital marketing*) dapat membantu mengembangkan usaha, termasuk bagi anak berkebutuhan khusus. Hal ini sejalan dengan pendapat beberapa ahli, seperti Neil Patel (2018) yang menyatakan bahwa jika sebuah usaha pada era digital ini tidak dijalankan secara daring (*online*), usah tersebut tidak akan bertahan. Selanjutnya, Ryan Deiss (2018), CEO dan *founder* DigitalMarketer, menyatakan bahwa pemasaran bukanlah tentang produk yang kita buat, tetapi tentang cerita yang kita sampaikan, dan cerita itu dibagikan melalui kanal-kanal digital. Hal ini juga didukung oleh Kementerian Komunikasi dan Informasi RI dalam Program Literasi Digital Nasional pada tahun 2021 di laman literasidigital.id, yang menyatakan, “pemasaran digital menjadi kebutuhan penting di tengah transformasi digital, khususnya bagi UMKM dan pelaku usaha untuk menjangkau pasar lebih luas dengan biaya efisien.”

Melalui pemasaran digital, anak dapat mempromosikan hasil karya mereka ke pasar yang lebih luas dengan cara yang lebih hemat, fleksibel, dan personal. Namun, proses pembelajaran pemasaran digital bagi anak berkebutuhan khusus tidak bisa disamakan dengan pembelajaran di sekolah umum. Dibutuhkan pendekatan yang bersifat personal, bertahap, visual, dan praktis agar sesuai dengan kondisi kognitif, emosional, serta sosial mereka.

1. Strategi individualisasi dan diferensiasi pembelajaran

Pembelajaran kewirausahaan konvensional bagi anak berkebutuhan khusus harus dirancang dengan mempertimbangkan perbedaan kemampuan, karakter, minat, dan hambatan tiap siswa. Tidak ada satu metode yang bisa diterapkan secara seragam untuk semua anak. Oleh karena itu, pendekatan individualisasi



dan diferensiasi menjadi strategi penting untuk memastikan setiap siswa dapat belajar secara optimal, merasa nyaman, dan mencapai tujuan kewirausahaan sesuai potensi mereka.

Di tengah kemajuan teknologi dan perkembangan dunia digital, pendidikan inklusif dituntut untuk mampu menyesuaikan diri dengan kebutuhan zaman. Anak berkebutuhan khusus juga memiliki hak yang sama untuk mengakses pembelajaran berbasis teknologi, termasuk keterampilan pemasaran digital yang kini menjadi bagian penting dalam dunia wirausaha modern. Namun, untuk mewujudkannya diperlukan strategi yang adaptif dan responsif terhadap keberagaman kebutuhan anak. Di sinilah pentingnya merancang pendekatan yang tidak hanya inklusif secara konsep, tetapi juga aplikatif dalam praktik pembelajaran sehari-hari.

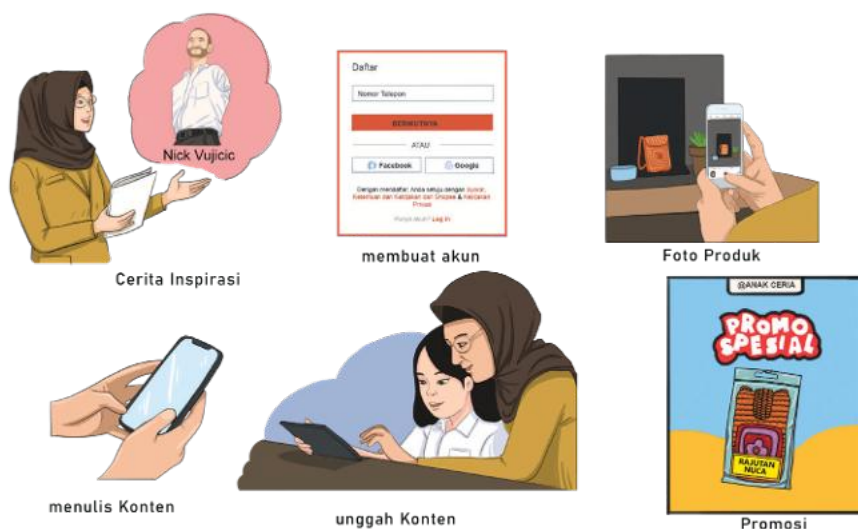
Strategi pertama yang sangat krusial adalah individualisasi pembelajaran, yaitu dengan cara menyusun rencana dan metode belajar berdasarkan kebutuhan spesifik tiap anak. Anak memiliki karakteristik yang sangat beragam. Oleh karena itu, para pendidik perlu melakukan asesmen awal yang mencakup aspek kemampuan akademik dasar, tingkat konsentrasi, gaya belajar, dan keterampilan sosial anak.

Langkah konkret dari strategi ini adalah penyusunan rencana pembelajaran yang memuat sasaran pembelajaran pengembangan kewirausahaan yang realistis.

2. Strategi pembelajaran kontekstual berbasis proyek

Strategi kedua adalah *project-based learning* (PjBL) yang sangat efektif diterapkan pada pembelajaran pengembangan kewirausahaan untuk anak. PjBL menekankan pada pembelajaran melalui pengalaman nyata. Dalam konteks ini, anak tidak hanya belajar tentang teori pengembangan kewirausahaan, tetapi juga langsung mempraktikkannya dalam proyek nyata, seperti membuat stiker atau gantungan kunci, kemudian menjualnya dalam mini bazar kelas dan membuat konten promosi produk hasil karya mereka sendiri.





Gambar 4.6 Poster langkah pembelajaran berbasis proyek.

Langkah-langkah pembelajaran kewirausahaan konvensional dengan PjBL meliputi

- pengalaman membuat produk secara manual;
- latihan mengemas produk;
- simulasi berjualan;
- latihan menghitung uang;
- interaksi langsung dengan pelanggan.

Dengan pengalaman langsung, siswa akan lebih mudah memahami alur kewirausahaan dari awal hingga akhir.

Langkah-langkah pembelajaran kewirausahaan digital dengan PjBL meliputi

- mengenalkan konsep pasar dan promosi melalui cerita atau video inspiratif (misalnya, tentang tokoh penyandang disabilitas sukses di bidang usaha *online*);
- membimbing anak untuk membuat akun media sosial usaha;
- mengajari anak teknik dasar memotret produk menggunakan kamera HP atau tablet;



- d. melatih anak menulis deskripsi atau *caption* singkat;
- e. mendampingi anak saat mengunggah dan membagikan konten.

Praktik ini tidak hanya meningkatkan keterampilan digital, tetapi juga menumbuhkan kepercayaan diri anak karena mereka dapat melihat langsung hasil kerja mereka tersebar dan dihargai oleh orang lain.

3. Strategi visualisasi dan media interaktif

Karena banyak anak lebih responsif terhadap media visual dan kinestetik, pembelajaran pemasaran digital perlu mengedepankan media interaktif. Infografis, kartu langkah (*task analysis*), gambar instruksi, ikon dan simbol, serta model produk untuk pembelajaran kewirausahaan konvensional. Sementara itu, pembelajaran kewirausahaan digital dapat dilakukan dengan papan cerita (*storyboard*), video tutorial pendek, dan aplikasi grafis sederhana sebagai alat bantu ajar. Aplikasi seperti Canva bisa digunakan untuk membuat poster digital dengan *template* yang mudah, sedangkan CapCut dapat digunakan untuk mengedit video promosi yang sederhana.

Langkah menyusun materi yang disederhanakan dalam bentuk visual adalah sebagai berikut.



Gambar pertama: ambil foto produk.

Gambar kedua: buka aplikasi Canva.

Gambar ketiga: pilih templat dan tambahkan teks.

Gambar keempat: simpan dan unggah ke Instagram.

Materi seperti ini harus diulang-ulang dan dipraktikkan secara langsung agar anak terbiasa dan membentuk pola kerja otomatis.



4. Strategi pembiasaan dan latihan berulang

Anak memerlukan pengulangan dalam melakukan aktivitas yang sama untuk jangka waktu tertentu agar keterampilan pemasaran digital yang diajarkan benar-benar dapat dipahami dan menjadi kebiasaan. Oleh karena itu, pembelajaran pemasaran digital tidak boleh bersifat instan atau dipadatkan. Bu Dera sebagai pendidik perlu merancang program pembelajaran selama beberapa minggu atau bulan yang fokus pada satu aspek per sesi.

Salah satu contoh langkah pembiasaan yang dapat dipraktikkan adalah sebagai berikut.

Tabel 4.1 Langkah pembiasaan pemasaran digital

Minggu 1–2	Anak hanya fokus mengambil gambar produk.
Minggu 3–4	Anak mulai menyusun kalimat sederhana untuk deskripsi produk.
Minggu 5–6	Anak belajar membuat desain konten digital.
Minggu 7–8	Anak belajar mengunggah ke platform media sosial.

Setiap tahap ditinjau secara rutin. Guru dapat kembali ke tahapan sebelumnya jika anak belum sepenuhnya menguasainya.

Setiap minggu, Nuca, Rinjani, Koka, Kanawa, dan Buna hanya mempelajari satu langkah pengembangan kewirausahaan bersama Bu Dera. Hari ini mereka belajar tentang pengenalan produk dan minggu depannya tentang pengambilan foto produk, dan seterusnya. Setiap sesi diakhiri dengan praktik langsung.

5. Strategi kolaboratif dan pendekatan lingkungan

Keberhasilan pembelajaran pemasaran digital juga dipengaruhi oleh lingkungan sosial anak. Dengan demikian, strategi kolaboratif yang melibatkan orang tua, guru pendamping, dan komunitas lokal sangat penting. Orang tua dapat mendukung anak dalam praktik di rumah, guru pendamping membantu dalam adaptasi teknis



dan emosional, dan komunitas UMKM atau pelaku usaha lokal dapat dilibatkan untuk menjadi mitra belajar.

Terdapat beberapa langkah konkret yang dapat dilakukan:

- a. mengadakan *workshop* atau lokakarya keluarga tentang cara mendukung anak dalam berjualan;
- b. mengajak pelaku usaha lokal untuk menjadi mentor praktik;
- c. mengadakan bazar luring (*offline*) maupun daring (*online*) sebagai ajang pameran hasil karya siswa;
- d. kerja kolaboratif dalam kelompok dengan peran spesifik (misalnya, ada yang bertugas menggambar logo, memproduksi barang, memotret, menyusun kalimat untuk caption, dan mengemas barang).



Gambar 4.7 Kanawa, Nuca, Koka, Buna, dan Rinjani bekerja sama dalam sebuah tim

Strategi ini menumbuhkan rasa memiliki dan mengurangi isolasi sosial yang sering dialami anak.

6. Strategi evaluasi autentik dan berbasis proses

Evaluasi pembelajaran pengembangan kewirausahaan untuk anak tidak cukup dengan tes tertulis. Diperlukan penilaian autentik berupa hasil karya nyata, portofolio digital, dan dokumentasi proses pembelajaran. Anak dinilai berdasarkan



keaktifan, kemandirian, ketekunan, dan kemampuan menyelesaikan proyek meskipun sederhana.

Langkah evaluasi yang dapat dilakukan guru adalah sebagai berikut.

a. Menentukan tujuan evaluasi yang jelas dan realistis

Tujuan harus sesuai kegiatan produksi konvensional, seperti

- 1) kemampuan mengikuti instruksi,
- 2) ketelitian dalam membuat produk,
- 3) kemandirian dalam proses kerja,
- 4) sikap kerja (disiplin, fokus, keamanan),
- 5) kemampuan berkomunikasi saat berjualan,
- 6) kemampuan menghitung transaksi sederhana.

b. Mengembangkan rubrik penilaian berbasis proses

Rubrik penilaian memuat aspek

- 1) persiapan alat dan bahan,
- 2) mengikuti langkah produksi,
- 3) ketelitian,
- 4) durasi pengerjaan,
- 5) kemandirian,
- 6) sikap kerja,
- 7) kualitas produk.

Berikut adalah contoh rubrik penilaian ringkas

Tabel 4.2 Rubrik Penilaian

Aspek	Skor 4	Skor 3	Skor 2	Skor 1
Kemandirian	bekerja tanpa bantuan	sedikit bantuan	banyak bantuan	tidak bisa bekerja
Ketelitian	hasil rapi, simetris	cukup rapi	kurang rapi	banyak kesalahan
Sikap kerja	fokus, tenang	cukup fokus	mudah terdistraksi	sering berhenti

Rubrik ini dapat disesuaikan jenis produk, misalnya flanel, makanan, dan kerajinan kayu.

c. Observasi langsung selama proses produksi

Evaluasi autentik harus dilakukan ketika

- 1) siswa memotong bahan,
- 2) menempel,
- 3) menjahit,
- 4) mengemas,
- 5) membersihkan meja kerja.

Hal yang perlu dicatat oleh guru adalah

- 1) bagaimana siswa memegang alat,
- 2) bagaimana mereka menyelesaikan langkah-langkah,
- 3) apakah mereka memerlukan bantuan,
- 4) bagaimana respons mereka saat mengalami kesulitan.

d. Evaluasi produk akhir secara objektif

Produk yang dihasilkan siswa dinilai berdasarkan

- 1) kerapian,
- 2) kesesuaian ukuran,
- 3) kebersihan,
- 4) fungsi,
- 5) daya tarik visual,
- 6) konsistensi antarproduk.

e. Penilaian sikap dan *soft skills* kewirausahaan

Evaluasi terkait sikap dan *soft skills* mencakup

- 1) kedisiplinan hadir,
- 2) ketekunan,
- 3) kemampuan menunggu giliran,
- 4) kemampuan menerima instruksi,
- 5) kemampuan menjaga kebersihan area kerja,
- 6) kemampuan bekerja sama.



f. Evaluasi interaksi dengan pelanggan (jika ada kegiatan bazar)

Kewirausahaan konvensional biasanya melibatkan aktivitas bazar atau penjualan langsung.

Yang dinilai dalam kegiatan bazar adalah cara siswa dalam:

- 1) menyapa pelanggan,
- 2) menjawab pertanyaan sederhana,
- 3) menerima uang,
- 4) memberi kembalian,
- 5) menyerahkan produk,
- 6) menjaga kerapian meja jualan.

g. Penggunaan portofolio produk

Portofolio terhadap produk yang dihasilkan mencakup

- 1) foto produk per minggu,
- 2) peningkatan kualitas produk,
- 3) catatan guru,
- 4) catatan refleksi siswa (bagi yang mampu),
- 5) perbandingan produk pertama dan produk terbaru.

Berikut contoh penyusunan portofolio digital.

Tabel 4.3 Portofolio digital dalam pembelajaran kewirausahaan

No	Jenis Konten	Deskripsi	Tautan/Bukti Unggahan	Tanggal Unggah
1	Foto produk Batik	Foto kain batik hasil karya sendiri	Sediakan tautan media sosial akun penjualan batik	12 Januari 2025
2	Video promosi	Video singkat tentang pengenalan produk batik warna alami	Sediakan tautan media sosial akun video promosi	20 Januari 2025



3	Poster digital	Poster promosi batik edisi Hari Kartini	Sediakan tautan aplikasi untuk membuat poster promosi digital	2 April 2025
4	Story WhatsApp	Promosi “Batik Mini untuk Hadiah”	Sediakan tautan media sosial akun penjualan	28 April 2025
5	Live sale	Cuplikan sesi <i>live</i> Instagram jualan batik	Sediakan tautan rekaman di media sosial akun penjualan	15 Mei 2025
6	Testimoni pelanggan	Video pelanggan yang menerima produk	Sediakan tautan testimoni dalam media sosial di akun penjualan	10 Juni 2025

h. Mengobservasi proses kerja dan interaksi sosial selama proyek kewirausahaan berlangsung

Guru memperhatikan bagaimana anak bekerja, berkomunikasi, berbagi tugas, dan menyelesaikan masalah. Observasi ini penting untuk mengetahui kemampuan anak, gaya belajar, tantangan yang muncul, serta perkembangan sosial yang terjadi selama kegiatan.

i. Melakukan refleksi bersama

Setelah kegiatan, guru mengajak anak berbicara tentang pengalaman mereka. Pertanyaan ini membantu anak memahami perasaan sendiri, mengenali kekuatan, dan mengungkapkan bagian yang menjadi tantangan. Refleksi ini juga membangun kemampuan metakognisi, melatih anak berpikir tentang proses belajarnya.

j. Memberikan umpan balik positif dan motivasi agar anak terus berkembang

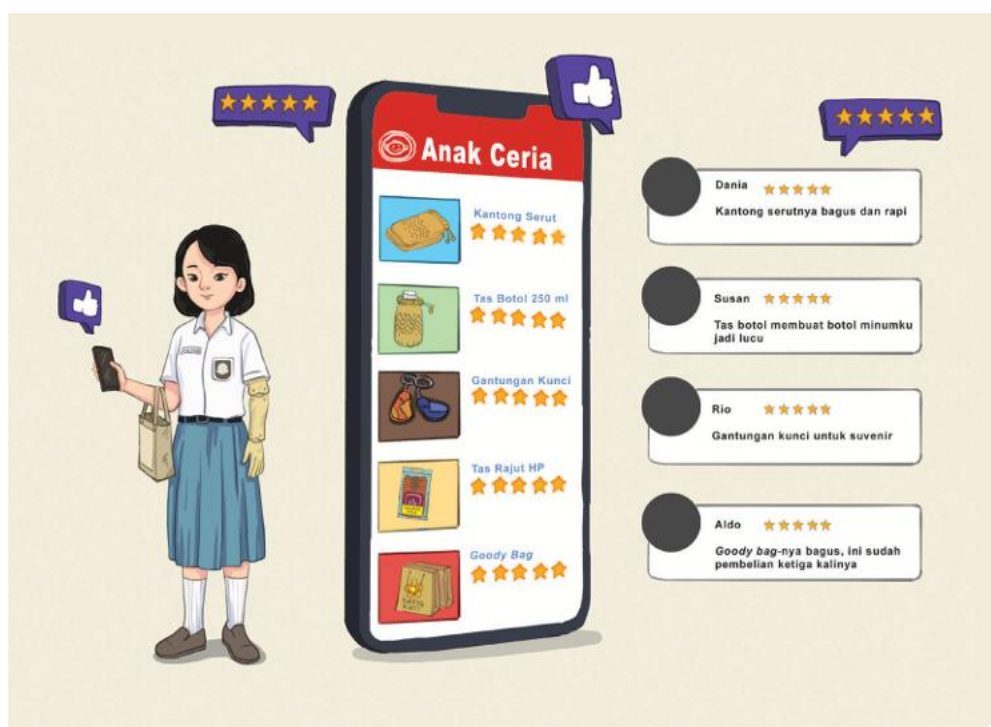
Guru memberikan komentar yang membangun, seperti memuji usaha, ketekunan, atau peningkatan kecil yang ditunjukkan anak. Umpan balik



yang positif membuat anak merasa dihargai, bersemangat mencoba lagi, dan percaya diri untuk terus belajar.

k. Memberi penguatan positif dan konsistensi

Penguatan dapat berupa pujian verbal, gestur apresiatif, atau reward sederhana. Konsistensi penting agar anak memahami bahwa perilaku baik yang mereka lakukan selalu dihargai dan diakui. Dengan cara ini, anak lebih mudah mempertahankan kebiasaan baik dan membangun perilaku kerja yang positif.

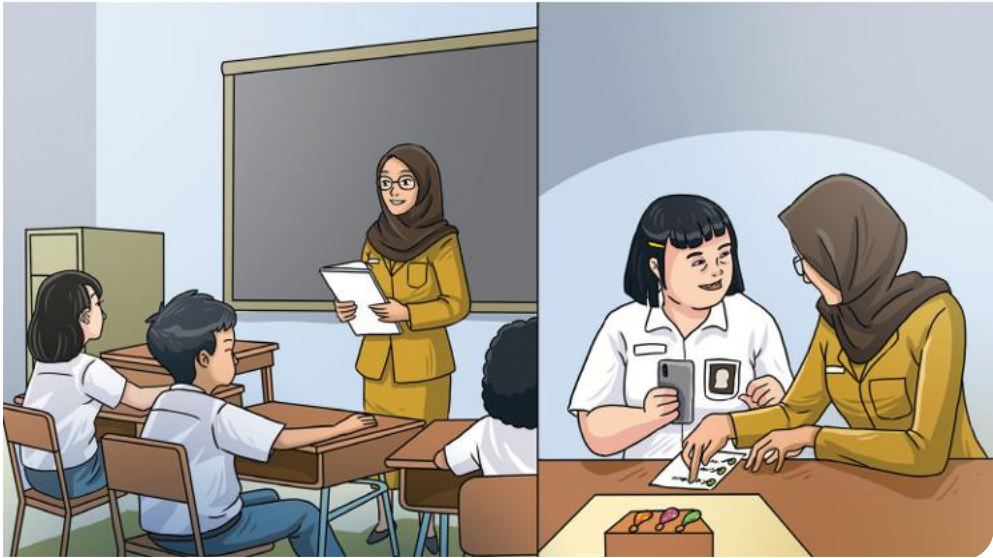


Gambar 4.8 Portofolio digital

Bu Dera selalu memberikan pujian spesifik: “Kamu sudah berhasil mengedit foto sendiri. Luar biasa!” Anak-anak pun menjadi lebih percaya diri untuk mencoba langkah berikutnya.



C. Pendekatan Individual atau Klasikal



Gambar 4.9 Guru mengajar satu per satu (individual) dan guru di depan kelas (klasikal).

Dalam memberikan pembelajaran pemasaran digital kepada anak berkebutuhan khusus, penerapan pendekatan individual dan pendekatan klasikal merupakan dua metode utama yang dapat digunakan secara fleksibel sesuai dengan kebutuhan, kemampuan, dan kondisi anak. Tiap pendekatan memiliki keunggulan tersendiri dalam mendukung pencapaian tujuan pembelajaran, khususnya dalam konteks pemberdayaan keterampilan wirausaha berbasis teknologi digital.

Pendekatan individual adalah metode pembelajaran yang dirancang secara personal, berdasarkan karakteristik, kemampuan, dan kebutuhan khusus dari tiap anak. Pendekatan ini sangat relevan bagi anak berkebutuhan khusus yang memiliki hambatan pada aspek intelektual, sosial, emosional, atau fisik yang mengakibatkan mereka memerlukan perhatian dan strategi belajar yang berbeda dari anak pada umumnya.

Dalam konteks pembelajaran pemasaran digital, pendekatan individual dapat dilakukan dengan membuat rencana pembelajaran yang memuat target belajar spesifik bagi setiap anak. Misalnya, seorang anak dengan hambatan intelektual dapat difokuskan



pada keterampilan menggunakan kamera untuk mengambil foto produk, sementara anak dengan hambatan pendengaran mungkin diarahkan untuk membuat konten visual tanpa teks. Pendidik memberikan instruksi secara satu per satu, menggunakan media visual, video, atau bantuan asistif sesuai kondisi anak. Selain itu, evaluasi pembelajaran juga dilakukan secara personal dengan memperhatikan proses belajar, bukan hanya hasil akhir. Pendekatan ini mendukung penguatan kepercayaan diri anak dan memberikan pengalaman belajar yang lebih bermakna dan sesuai kapasitas.

Pendekatan klasikal adalah metode pembelajaran yang dilakukan secara bersama dalam satu kelas, dengan guru menyampaikan materi secara umum kepada seluruh anak. Pendekatan ini lebih efektif jika diterapkan pada anak berkebutuhan khusus yang memiliki kemampuan belajar dalam kelompok, seperti anak dengan hambatan ringan, atau yang sudah terbiasa berinteraksi sosial.

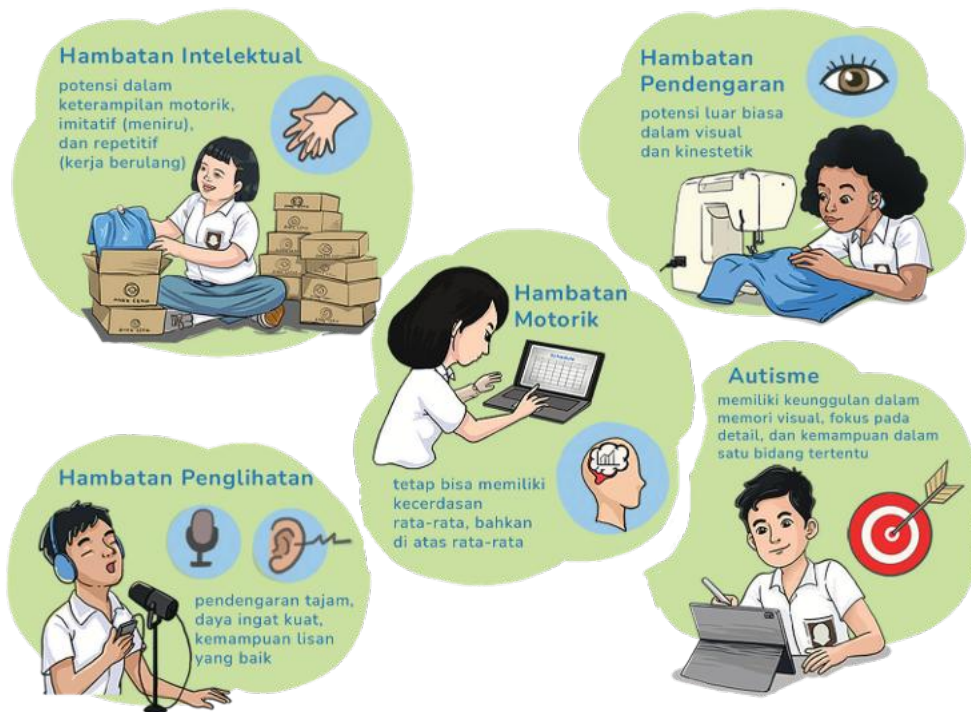
Dalam pembelajaran pemasaran digital, pendekatan klasikal dapat dilakukan saat pendidik menjelaskan konsep dasar seperti “apa itu pemasaran digital”, mengenalkan berbagai platform media sosial, atau mendemonstrasikan langkah-langkah umum, seperti membuat akun Instagram, menyusun desain promosi dengan aplikasi Canva, atau membuat konten video sederhana. Pembelajaran klasikal memungkinkan anak berkebutuhan khusus untuk berinteraksi, bekerja sama, dan saling memberi umpan balik dalam suasana kelompok. Selain itu, pendekatan ini juga menumbuhkan semangat kebersamaan, melatih tanggung jawab, dan memupuk keterampilan sosial yang penting dalam dunia kewirausahaan.

Penggabungan antara *co-teaching* dan *differentiated instruction* (DI) sangat dianjurkan untuk menciptakan pembelajaran inklusif yang responsif terhadap keragaman kemampuan anak berkebutuhan khusus. Sebagai contoh, pendidik dapat memulai sesi dengan pembelajaran klasikal sebagai pengantar umum, lalu dilanjutkan dengan pengajaran yang lebih bersifat individual melalui pengelompokan fleksibel atau stasiun belajar. Hal ini memungkinkan pemberian umpan balik yang lebih tepat dan penguatan kognitif secara langsung. Pendekatan ini telah terbukti meningkatkan keterlibatan, kepercayaan diri, dan hasil belajar siswa (Giangreco et al., 2021; Wang et al., 2023; Masterson et al., 2023).



D. Potensi Anak Berkebutuhan Khusus

Anak berkebutuhan khusus merupakan individu yang memiliki kondisi khusus, baik secara fisik, mental, intelektual, emosional, maupun sosial, sehingga mereka memerlukan pelayanan pendidikan yang disesuaikan. Meskipun memiliki hambatan tertentu, setiap anak berkebutuhan khusus tetap memiliki potensi yang dapat dikembangkan jika diberikan dukungan, strategi pembelajaran, dan lingkungan yang tepat. Potensi anak berkebutuhan khusus sangat beragam dan bisa disesuaikan dengan jenis hambatan yang mereka alami.



Gambar 4.10 Tipe-tipe hambatan anak berkebutuhan khusus

Pertama, anak berkebutuhan khusus dengan hambatan intelektual memiliki keterbatasan dalam fungsi intelektual dan keterampilan adaptif. Namun, mereka tetap memiliki potensi dalam keterampilan motorik, imitatif (meniru), dan kerja berulang. Anak dengan hambatan intelektual ringan, misalnya, mampu melakukan pekerjaan



sederhana dan terstruktur, seperti merakit produk kerajinan, membungkus barang, atau membuat sabun dan lilin hias dengan bimbingan. Dengan latihan berulang dan pendampingan yang sabar, mereka bisa terlibat dalam kegiatan kewirausahaan sederhana.

Pendekatan *universal design for learning* (UDL) yang dipopulerkan oleh CAST (2018) menawarkan kerangka fleksibel untuk merancang pembelajaran yang praktis, multisensori, dan relevan dengan kehidupan nyata sehingga memfasilitasi anak dengan hambatan intelektual ringan agar terlibat aktif dalam aktivitas kewirausahaan sederhana. Selain itu, konsep kewirausahaan inklusif (*inclusive entrepreneurship*) menurut Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD, 2019) mendukung mereka melalui pendampingan, pelatihan khusus, dan akses sumber daya untuk merealisasikan potensi usaha kecilnya. Sementara itu, pendekatan *self-determination learning* yang dikembangkan dan diperbaharui oleh Wehmeyer dan Shogren (2020) menekankan pembangunan kemandirian dan keterampilan pengambilan keputusan sehingga siswa tidak hanya melakukan pekerjaan berulang, tetapi juga mengembangkan kapasitas untuk merencanakan, melaksanakan, dan mengelola usaha secara mandiri.

Kedua, anak berkebutuhan khusus dengan hambatan pendengaran memiliki hambatan dalam komunikasi verbal, tetapi memiliki potensi luar biasa dalam visual dan kinestetik. Mereka biasanya memiliki konsentrasi tinggi, kepekaan terhadap bentuk dan warna, serta kemampuan motorik yang baik. Banyak anak dengan hambatan pendengaran yang menonjol dalam seni rupa, kerajinan tangan, desain grafis, serta fotografi. Dalam konteks pemasaran digital, mereka bisa dilibatkan dalam pembuatan desain visual promosi atau pengeditan video. Anak berkebutuhan khusus dengan hambatan pendengaran dapat berkembang optimal jika diberikan media visual dan instruksi tertulis atau visual yang jelas.

Ketiga, anak berkebutuhan khusus dengan hambatan penglihatan memiliki hambatan dalam menerima informasi visual, tetapi sering kali memiliki pendengaran yang tajam, daya ingat kuat, dan kemampuan bahasa lisan yang baik. Anak dengan hambatan penglihatan dapat mengembangkan potensi di bidang musik, literasi, kerajinan tekstil (seperti anyaman dan rajutan), atau narasi audio dan *podcast*. Dalam



kewirausahaan, mereka bisa dilatih membuat produk berbasis suara, seperti konten audio promosi atau usaha jasa panggilan (*telemarketing* dengan skrip). Dengan penggunaan teknologi bantu, seperti pembaca layar dan pelatihan intensif, potensi ini bisa diarahkan secara produktif.

Keempat, anak berkebutuhan khusus dengan hambatan motorik menghadapi kendala gerak pada bagian tubuh tertentu, tetapi mereka tetap bisa memiliki kecerdasan rata-rata, bahkan di atas rata-rata. Dengan bantuan alat bantu atau modifikasi alat kerja, anak dengan hambatan motorik dapat unggul dalam aktivitas berbasis intelektual atau teknologi, seperti menulis, mengetik, desain komputer, koding, dan pemasaran digital. Banyak anak dengan hambatan motorik yang berhasil membuat toko daring (*online shop*) dan mengelola usaha dari rumah. Potensi ini sangat relevan dengan kondisi zaman yang mengedepankan kerja jarak jauh dan fleksibel.

Kelima, anak berkebutuhan khusus dengan autisme umumnya memiliki pola komunikasi dan interaksi yang khas, tetapi beberapa memiliki keunggulan dalam memori visual, fokus pada detail, dan kemampuan dalam satu bidang tertentu (*special interest*). Anak dengan autisme, misalnya, dapat menunjukkan keterampilan luar biasa dalam bidang teknologi, seperti menggambar digital, menyusun data, atau membuat video animasi. Potensi ini dapat dikembangkan dalam konteks kewirausahaan digital yang berbasis sistem, terstruktur, dan sesuai dengan minat mereka.

Dengan memahami potensi dan minat individu dari anak berkebutuhan khusus, pendidik, keluarga, dan masyarakat dapat merancang program pendidikan dan pemberdayaan yang lebih efektif, manusiawi, dan produktif. Penekanan pada kekuatan dan kemampuan (*strengths-based approach*), dibandingkan fokus pada keterbatasan, adalah landasan penting dalam praktik pendidikan inklusif modern (Wehmeyer, 2019; UNESCO IBE, 2024). Oleh karena itu, semua pihak, termasuk guru, perlu menciptakan ruang belajar inklusif yang memungkinkan anak berkebutuhan khusus mengembangkan keterampilan kewirausahaan digital secara fleksibel, personal, dan sesuai minat mereka.



E. Peran Teknologi Asistif dalam Mendukung Kewirausahaan Anak Berkebutuhan Khusus

Teknologi asistif memegang peran penting sebagai jembatan yang mengatasi keterbatasan pada anak berkebutuhan khusus. Teknologi asistif memungkinkan anak berkebutuhan khusus untuk menjalankan aktivitas kewirausahaan secara lebih mudah, efisien, dan mandiri sesuai dengan karakteristik hambatan mereka.

Bagi **anak berkebutuhan khusus dengan hambatan intelektual**, misalnya, penggunaan aplikasi pembelajaran berbasis gambar dan suara, seperti Pictello atau Visual Schedule Planner, dapat membantu mereka memahami langkah-langkah produksi atau pemasaran produk secara runtut. Dalam konteks kewirausahaan, teknologi ini mendukung anak untuk memproduksi barang, seperti sabun buatan tangan, kerajinan sederhana, atau makanan ringan.

Aplikasi tersebut termasuk ke dalam teknologi kecerdasan buatan (AI), yang semakin memperkuat proses pembelajaran kewirausahaan. AI dapat menyesuaikan materi sesuai kemampuan tiap anak berkebutuhan khusus, memberikan umpan balik otomatis, dan membantu mengenali pola kesalahan untuk memberikan saran perbaikan yang tepat. Selain itu, anak juga dapat dilatih menggunakan aplikasi media sosial yang telah disederhanakan dengan bantuan AI dalam membuat *caption* yang menarik, mengenali gambar produk, hingga menjadwalkan unggahan secara otomatis. Dengan demikian, AI berperan sebagai pendukung yang adaptif dan responsif dalam mendampingi proses kewirausahaan mereka.

Anak berkebutuhan khusus dengan hambatan pendengaran yang memiliki kekuatan dalam visual dan motorik sangat terbantu dengan teknologi asistif yang berbasis AI, seperti aplikasi *speech-to-text*, telop otomatis di media sosial, atau video promosi dengan teks. Mereka dapat berkomunikasi bisnis melalui *chat*, *email*, atau video bersubtitel, serta mengikuti pelatihan daring. Dengan dukungan AI, proses transkripsi suara menjadi teks menjadi lebih akurat, subtitel video lebih kontekstual, dan desain konten dapat disesuaikan secara otomatis. AI juga membantu menjadwalkan unggahan media sosial. Dengan teknologi ini, mereka dapat menjadi *content creator* visual yang memasarkan produk secara efektif meskipun tanpa suara.



Sementara itu, **anak berkebutuhan khusus dengan hambatan penglihatan** dapat memanfaatkan teknologi asistif seperti *screen reader* (contoh: JAWS, NVDA), *keyboard Braille*, atau *smartphone* dengan fitur pembaca layar untuk menjelajahi platform *marketplace*, seperti Tokopedia atau Shopee. Mereka dapat membuka toko daring, mengelola deskripsi produk, bahkan menerima pesanan menggunakan teknologi ini. Kecerdasan buatan (AI) juga membantu, misalnya, dengan suara panduan yang pintar, aplikasi yang bisa mengenali benda atau tulisan, dan asisten virtual yang memberi arahan secara bertahap. Untuk produksi, mereka bisa membuat barang yang tidak perlu dilihat, seperti aromaterapi, kerajinan dengan tekstur, atau membuat *podcast* suara yang inspiratif.

Untuk **anak berkebutuhan khusus dengan hambatan motorik**, teknologi pengenalan suara, seperti Google Voice Typing atau Dragon NaturallySpeaking, memungkinkan mereka mengetik atau mengoperasikan komputer dengan suara. Hal ini sangat relevan dalam pembuatan konten digital, pengelolaan *e-commerce*, atau desain produk. Dengan bantuan AI, pengenalan suara jadi lebih akurat dan cepat merespon perintah. Mereka juga bisa menggunakan alat bantu seperti *trackball mouse* atau *head pointer* untuk menggantikan gerakan tangan. Dengan teknologi ini, mereka dapat menjalankan usaha digital dari rumah, misalnya jasa desain, menulis, atau bisnis *dropshipping*.

Anak berkebutuhan khusus dengan autisme pun dapat memanfaatkan aplikasi komunikasi alternatif, seperti Proloquo2Go, yang memungkinkan mereka mengekspresikan ide produk atau menjelaskan proses bisnis menggunakan simbol atau gambar. Mereka dapat membuat konten yang sistematis, mengelola katalog produk, atau bahkan membuat konten visual berdasarkan minat khusus mereka. Dengan bantuan AI, aplikasi bisa menyesuaikan tampilan, memberi saran gambar atau kata yang sesuai, dan membantu menyusun konten secara runtut. Teknologi ini membantu mereka membangun usaha dengan cara yang terstruktur dan sesuai dengan cara berpikir mereka.

Secara umum, teknologi asistif kini sangat mendukung tiga aspek utama kewirausahaan: produksi, promosi, dan pengelolaan usaha. Teknologi tidak hanya berfungsi sebagai alat bantu teknis, tetapi juga sebagai sarana untuk memperkuat partisipasi aktif, rasa percaya diri, dan kreativitas anak. Dalam era digital, platform



media sosial, seperti Instagram, TikTok, Canva, dan WhatsApp Business, semakin menyediakan fitur aksesibilitas, misalnya *auto-caption* berbasis AI, *alt-text* otomatis, navigasi suara, dan kontrol visual, yang memungkinkan anak berperan aktif dalam ekosistem kewirausahaan digital. Selain itu, inovasi AI dalam teknologi asistif, seperti asisten visual *Be My AI* (2023), *note taking*, dan *mind-mapping tools* untuk siswa *neurodivergent*, serta robot sosial untuk pengembangan keterampilan, dapat meningkatkan efektivitas dan personalisasi dalam pembelajaran serta praktik usaha (Microsoft-OpenAI, 2023; EduCause Review, 2024).

Dengan dukungan teknologi yang tepat, anak berkebutuhan khusus bukan hanya mampu berwirausaha, tetapi juga dapat menciptakan produk yang unik, bermakna, dan memiliki nilai jual. Oleh karena itu, guru, orang tua, dan masyarakat perlu berkolaborasi dalam mengenalkan dan mengoptimalkan penggunaan teknologi asistif dalam program pelatihan dan pembelajaran kewirausahaan yang inklusif.

Berikut contoh strategi pembelajaran untuk anak berkebutuhan khusus dengan menggunakan teknologi asistif.

Tabel 4.4 Penggunaan teknologi asistif dalam strategi pembelajaran kewirausahaan

Hambatan	Strategi Individualisasi	Aktivitas	Modifikasi Materi
Anak dengan hambatan penglihatan	Gunakan perangkat teknologi asistif, seperti pembaca layar (<i>screen reader</i>), <i>keyboard braille</i> , atau perangkat dengan <i>output</i> suara.	Mengenal platform <i>e-commerce</i> lewat narasi audio; membuat deskripsi produk menggunakan perintah suara atau aplikasi dikte.	Materi visual diganti dengan versi audio atau taktil (<i>braille</i>); navigasi <i>website</i> diajarkan secara berurutan dengan bantuan instruksi verbal.

Anak dengan hambatan pendengaran	Gunakan media visual, teks, bahasa isyarat, dan subtitle dalam penyampaian materi.	Mendesain konten promosi dengan infografik atau visual menarik; membuat video produk dengan teks dan gerak tubuh ekspresif.	Video pembelajaran dilengkapi dengan teks dan bahasa isyarat; gunakan platform yang memungkinkan komunikasi visual interaktif.
Anak dengan hambatan intelektual	Gunakan pendekatan konkret dan bertahap, dengan pengulangan, visualisasi sederhana, dan contoh nyata.	Memilih gambar produk yang disukai lalu mengunggahnya ke platform sederhana, seperti WhatsApp Business atau Canva; latihan mengetik <i>caption</i> pendek.	Gunakan simbol, warna, dan teks besar; kurangi kompleksitas tugas menjadi langkah-langkah kecil.
Anak dengan hambatan motorik	Sediakan perangkat adaptif, seperti <i>mouse</i> khusus, <i>touchpad</i> besar, atau perangkat dengan kontrol suara.	Mengatur jadwal <i>posting</i> pemasaran digital; menggunakan fitur otomatisasi, seperti Meta Business Suite.	Batasi aktivitas fisik berulang; gunakan perangkat lunak berbasis suara atau alat bantu kendali motorik.
Anak dengan spektrum autisme	Gunakan rutinitas yang konsisten, instruksi visual yang jelas, dan hindari perubahan mendadak.	Membuat templat desain produk secara berulang (misalnya di Canva); mengatur katalog produk digital berdasarkan kategori warna atau bentuk.	Gunakan jadwal visual, <i>checklist</i> , dan peta konsep; hindari materi multitugas atau abstrak.





Penutup

Setelah melalui berbagai strategi pembelajaran pemasaran digital, Bu Dera menyadari bahwa keberhasilan tidak hanya diukur dari seberapa banyak produk yang terjual, tetapi juga dari perubahan sikap, semangat, dan rasa percaya diri anak-anaknya. Melalui proses yang sabar, berulang, dan disesuaikan dengan kemampuan masing-masing, anak-anak mulai memahami bahwa mereka juga bisa berkarya dan berwirausaha di dunia digital.

Dalam refleksi akhir kelas, Bu Dera berkata dengan penuh makna:

“Anak-anakku, strategi terbaik dalam belajar bukan sekadar mengikuti langkah-langkah di layar, melainkan berani melangkah dengan hati. Setiap klik, setiap goresan, dan setiap ide kalian adalah bukti bahwa kemampuan tidak dibatasi oleh hambatan, tetapi diperkuat oleh kemauan.”

Kanawa, Koka, Nuca, Buna, dan Rinjani mendengarkan dengan senyum bangga. Mereka kini tahu bahwa setiap usaha kecil yang mereka lakukan memiliki arti besar. Koka berkata dengan suara pelan tapi yakin,

“Bu, mungkin kami berbeda, tapi kami juga bisa.”

Bu Dera tersenyum hangat. Ia menjawab,

“Kalian bukan hanya bisa, tapi mampu. Setiap anak hebat tidak diukur dari kesempurnaan, tetapi dari keberaniannya untuk terus belajar dan berbagi.”

Melalui strategi pembelajaran yang inklusif, kontekstual, dan berbasis proyek, anak-anak tidak hanya belajar pemasaran digital, tetapi juga menumbuhkan karakter wirausaha: tekun, kreatif, mandiri, dan percaya diri. Di ruang kelas yang sederhana itu, tumbuh keyakinan bahwa teknologi dan hati yang tulus dapat berjalan berdampingan untuk membuka peluang baru bagi semua anak, tanpa terkecuali.



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DASAR DAN MENENGAH
REPUBLIK INDONESIA, 2025

Asiknya Berwirausaha: Mimpi Jadi Nyata
Kewirausahaan bagi Anak Berkebutuhan Khusus

Penulis: Dhea Intan Kusumawardhani dan Sarah Fauzia
ISBN 978-634-00-4480-5 (PDF)

BAB

5

Implementasi Pembelajaran Kewirausahaan bagi Anak Berkebutuhan Khusus

Cahaya dari Layar Kecil





Prolog

Ruang kelas pada hari itu tak seperti biasanya. Di layar proyektor, muncul kisah anak dengan hambatan penglihatan yang sukses berjualan karya audio lewat Instagram dan WhatsApp Business. Suara narasinya mengalun tenang dan menyentuh hati sehingga membuat banyak orang menonton videonya sampai habis dan membuat *insight* akun tersebut naik.

Koka yang merupakan anak berkebutuhan khusus dengan hambatan penglihatan mendengarkan dengan saksama. Setiap kata dari video itu membangkitkan harapan dalam dirinya. “Suara ini... seperti aku,” gumamnya.

Di sisi lain, Nuca memperhatikan tampilan video dan mencatat hal-hal penting dari tayangan. Buna tersenyum polos sambil menuliskan “jualan *online* bisa keren” di buku tugas. Rinjani memperhatikan dengan detail dan membuka file presentasi.

Tak jauh dari mereka, Kanawa duduk sendiri di sudut kelas, menggambar dengan spidol warna. Ia tidak melihat ke layar, tetapi tangannya menggambar sosok anak kecil memegang laptop dan kupu-kupu berwarna-warni yang beterbangan di sekitarnya. Itulah caranya memahami: lewat gambar, bukan kata.

Bu Dera memulai pelajaran dengan penuh semangat, “Hari ini, kalian akan mulai belajar tentang kewirausahaan. Ada kewirausahaan konvensional dan juga digital. Kita akan belajar membuat konten, memasarkan produk, dan menumbuhkan rasa percaya diri lewat kewirausahaan!”

“Apakah saya juga bisa, Bu?” tanya Koka.

“Bukan cuma bisa, Koka. Kamu akan jadi salah satu yang paling hebat,” jawab Bu Dera

“Wirausaha konvensional itu, apakah seperti membuat bazar, Bu?” tanya Buna.

“Betul. Tapi, sebelum bazar, kita perlu belajar dari prosesnya dulu,” jawab Bu Dera sambil menunjukkan contoh produk sederhana.



Di sinilah perjalanan mereka dimulai: sebuah perjalanan yang menghubungkan keterampilan, kerjasama, kedisiplinan, dan kreativitas.

A. Perangkat Pembelajaran Kewirausahaan Konvensional dan Digital

Pembelajaran kewirausahaan konvensional menempatkan aktivitas praktik langsung sebagai pusat pembelajaran. Hal ini sangat sesuai dengan karakteristik anak berkebutuhan khusus karena prosesnya konkret, kegiatannya dapat dipecah menjadi langkah visual, hasilnya dapat dilihat dan disentuh, dan kegiatannya memberi pengalaman keberhasilan nyata.

Bu Dera merancang perangkat pembelajaran dengan komponen berikut:

- Tujuan yang terukur, sederhana, dan berbasis keterampilan nyata;
- Materi bertahap, mulai dari membuat produk sederhana hingga persiapan bazar;
- Alat bantu visual, seperti gambar langkah kerja, kartu prosedur, dan contoh produk fisik;
- Alat praktik, seperti flanel, kain perca, lem, gunting adaptif, benang, tali kur, atau bahan upcycle;
- Model produk, sebagai contoh nyata yang bisa ditiru;
- Evaluasi berbasis proses, yang menilai usaha dan perkembangan.

Pada era digital yang serba terhubung saat ini, keterampilan dalam memanfaatkan media digital bukan lagi pilihan, tetapi menjadi kebutuhan. Anak berkebutuhan khusus memiliki potensi luar biasa yang dapat dikembangkan melalui media digital, khususnya dalam bidang pemasaran digital. Dengan pendekatan yang inklusif dan tepat, anak berkebutuhan khusus tidak hanya belajar memasarkan produk, tetapi juga belajar berkomunikasi, berkreasi, dan membangun rasa percaya diri.



Namun, pembelajaran pemasaran digital tersebut harus dilakukan secara sistematis. Diperlukan perangkat pembelajaran yang sesuai, terstruktur, dan adaptif. Bukan sekadar sebagai penilaian akhir, perangkat ini mencakup tujuan yang jelas, materi yang relevan, media bantu yang mudah digunakan, langkah-langkah kegiatan yang terarah, serta evaluasi yang mendukung proses belajar.

1. Modul ajar pembelajaran kewirausahaan bagi anak berkebutuhan khusus

Sebelum memasuki penyusunan modul ajar, Bu Dera selalu mengingat kembali perjalanan awal dirinya bersama para siswa dalam proses pembelajaran kewirausahaan. Ia percaya bahwa setiap modul, rencana, atau langkah pembelajaran yang ia susun bukan sekadar dokumen administrasi, melainkan sebuah jembatan untuk membantu siswanya menemukan potensi terbaik mereka.

Pada suatu pagi di ruang kelas vokasional, Bu Dera mengajak lima siswanya, Kanawa, Koka, Nuca, Buna, dan Rinjani, untuk duduk melingkar. Suasana saat itu tenang. Cahaya matahari masuk perlahan melalui jendela dan menyinari meja-meja yang penuh dengan bahan kain, kertas gambar, gunting, cat, dan alat praktik lainnya.

Bu Dera memulai percakapan, “Anak-anak, hari ini kita akan mencoba melihat apa yang sebenarnya kalian suka, apa yang kalian bisa, dan apa yang ingin kalian kembangkan.”

Kanawa memeluk buku gambarnya. Ia menggambar setiap kali gugup, dan Bu Dera tahu itu adalah bahasanya untuk menenangkan diri.

Koka, dengan suara lembut khasnya, bertanya, “Bu... nanti saya dapat tugas ngomong lagi, ya?” Bu Dera tersenyum, “Iya, Kok. Kamu justru sangat hebat saat menjadi penyambut tamu.”

Nuca memperlihatkan hasil jahitannya yang baru. Ia tidak bicara banyak, tetapi matanya berbinar ketika Bu Dera menatap karyanya dengan bangga.

Buna dengan penuh semangat membawa tiga hiasan flanel yang ia buat. Walaupun bentuknya belum proporsional, semangatnya menular.



Rinjani datang paling akhir, membawa kotak produk daur ulang yang ia hias sendiri.

“Bu, ini saya buat kemasannya,” katanya pelan.

“Tertib dan bersih sekali, Rin. Kamu punya bakat luar biasa dalam kerapian,” jawab Bu Dera.

Pada momen itu, Bu Dera kembali menyadari bahwa setiap anak tidak hanya memiliki potensi berbeda, tetapi juga membutuhkan cara belajar yang unik. Mereka tidak hanya membutuhkan instruksi, tetapi arahan yang jelas, dukungan visual, ritme belajar yang sesuai, dan dorongan emosional yang kuat.

Pengalaman bersama para siswa itulah yang menguatkan keyakinan Bu Dera bahwa pembelajaran kewirausahaan bagi anak berkebutuhan khusus tidak boleh disamakan dengan kelas reguler. Harus ada pedoman belajar yang benar-benar berpihak pada kebutuhan anak: modul ajar yang menjadi panduan guru sekaligus pegangan siswa.

Ia berkata kepada siswanya, “Kita akan belajar tidak untuk menjadi sempurna, tetapi untuk menjadi lebih mandiri. Setiap langkah kecil yang kalian ambil adalah keberhasilan.”

Dari pertemuan kecil itulah akhirnya lahir rancangan modul ajar kewirausahaan yang tidak hanya berisi materi, tetapi juga cerita, proses, pemahaman, dan pengalaman nyata yang Bu Dera lalui bersama siswanya.

Modul ajar ini hadir bukan hanya sebagai panduan teknis, tetapi sebagai bentuk komitmen bahwa setiap anak berhak mendapatkan pembelajaran yang bermakna, terstruktur, dan mendukung perkembangan diri mereka.

Modul ajar merupakan perangkat pembelajaran yang berfungsi sebagai panduan operasional bagi guru dalam melaksanakan proses pembelajaran kewirausahaan, baik secara konvensional maupun digital. Modul ajar membantu guru menyusun strategi pembelajaran yang sistematis, terukur, dan sesuai dengan kebutuhan individual siswa.



Berbeda dengan rencana pelaksanaan pembelajaran (RPP) atau program tahunan, modul ajar bersifat lebih praktis dan langsung dapat digunakan di kelas. Di dalamnya terdapat alur kegiatan pembelajaran yang jelas, media pembelajaran, alat bantu visual, dan rubrik penilaian yang disesuaikan dengan karakteristik setiap anak.

Dalam konteks pendidikan khusus, modul ajar harus dikembangkan berdasarkan prinsip berikut.

- a. Individualisasi menyesuaikan capaian pembelajaran dengan kemampuan individual siswa.
- b. Diferensiasi menyediakan variasi instruksi, metode, media, dan tingkat dukungan.
- c. Pendekatan visual dan multiindra mempermudah pemahaman bagi siswa dengan hambatan intelektual, autisme, pendengaran, dan motorik.
- d. Pembelajaran berbasis pengalaman (*experiential learning*) akan mendukung pembelajaran karena siswa lebih mudah memahami pembelajaran konkret dan bertahap.
- e. Fleksibilitas dalam target lebih mengutamakan progres dibandingkan standar capaian yang kaku.

Dengan adanya modul ajar, pembelajaran kewirausahaan di sekolah luar biasa dapat dilaksanakan secara lebih konsisten, adaptif, dan terstruktur. Berikut adalah contoh rancangan modul pembelajaran kewirausahaan untuk anak berkebutuhan khusus.

Tabel 5.1 Modul Pembelajaran

a. Identitas Modul

Komponen	Deskripsi
Nama Modul	Pembelajaran Kewirausahaan bagi Anak Berkebutuhan Khusus

Sasaran	SDLB / SMPLB / SMALB (fleksibel sesuai kemampuan siswa)
Tujuan Umum	Mengembangkan keterampilan produksi, pemasaran, sikap kerja, dan kemandirian finansial sesuai potensi individual siswa
Waktu	1 Semester (16 Pertemuan)
Capaian Pembelajaran	Siswa mampu 1) mengidentifikasi minat wirausaha, 2) menghasilkan produk sederhana, 3) memasarkan produk secara konvensional dan digital, 4) menunjukkan sikap kerja positif, 5) melakukan transaksi sederhana

b. Struktur Materi (Pertemuan 1–16)

Minggu	Materi	Kegiatan Pembelajaran
1	Pengenalan kewirausahaan	Menonton video, diskusi, berbagi pengalaman
2	Identifikasi minat	Asesmen minat siswa, pemetaan ide produk
3	Menentukan produk	Analisis alat dan bahan
4	K3 (Keselamatan dan Kebersihan Kerja)	Demonstrasi dan simulasi
5–6	Produksi <i>batch</i> 1	Praktik membuat produk dengan <i>modelling</i> guru
7	Penilaian kualitas	Evaluasi bentuk, kebersihan, dan kerapian
8	Desain kemasan dan label	Membuat desain label dan kemasan sederhana



9	Pengemasan	Mengemas produk sesuai prosedur
10	Penetapan harga dan stok	Menghitung harga, mengatur inventarisasi
11	Pemasaran konvensional	Simulasi jual beli
12	Foto produk	Sesi foto untuk katalog
13	Promosi digital	Mengunggah foto produk dengan pendampingan
14	Transaksi dan pelayanan	Bermain peran (<i>role play</i>)
15	Evaluasi dan refleksi	Rekap penjualan
16	Pameran atau bazar mini	Pameran hasil karya

c. Rubrik Penilaian Kemampuan Wirausaha

Aspek	Indikator	1	2	3	4
Produksi	Kemandirian membuat produk	Banyak dibantu	Cukup dibantu	Sedikit dibantu	Mandiri
Kualitas produk	Bentuk, kebersihan, konsistensi	Rendah	Cukup	Baik	Sangat baik
Sikap kerja	Disiplin dan tanggung jawab	Kurang	Cukup	Baik	Sangat baik



Kemasan	Kemampuan mengemas dan memberi label	Banyak dibantu	Cukup dibantu	Sedikit dibantu	Mandiri
Pelayanan	Komunikasi dengan konsumen	Tidak berpartisipasi	Minim	Cukup	Sangat baik
Transaksi	Menghitung harga dan kembalian	Tidak mampu	Banyak dibantu	Sedikit dibantu	Mandiri
Pemasaran	Menampilkan dan menjelaskan produk	Tidak tampil	Cukup tampil	Baik	Sangat baik

2. Tujuan pembelajaran kewirausahaan untuk anak berkebutuhan khusus



Gambar 5.1 Berani, Kreatif, dan Mandiri



Bu Dera menjelaskan bahwa pelajaran kali ini bukan hanya tentang cara menjual. Lebih dari itu, mereka akan belajar memahami konsep pemasaran, menciptakan konten sendiri, mengenali siapa pembeli yang tepat, dan menjadi percaya diri dengan karya mereka. Tujuan pembelajaran ini tidak hanya untuk menumbuhkan keterampilan teknis, tetapi juga karakter berani, bertanggung jawab, dan bangga dengan hasil sendiri.

Bu Dera berkata, ***“Setiap dari kalian akan mengalami proses yang berbeda, tetapi kita semua punya tanggung masing-masing untuk menjadi hebat.”***

3. Materi pembelajaran yang adaptif dan relevan

Menurut Reeves dan Hedberg (2003), materi pembelajaran untuk anak berkebutuhan khusus harus berbasis aktivitas nyata (*authentic learning*) agar anak bisa langsung mempraktikannya dan merasa relevan dengan dunia nyata. Itulah mengapa pembelajaran pemasaran digital sangat cocok bagi anak berkebutuhan khusus karena mereka bisa belajar sambil bekerja langsung membuat konten dan berjualan.

Selain itu, dalam konteks pembelajaran masa kini, pendekatan pembelajaran mendalam juga sangat penting untuk diterapkan. Pembelajaran mendalam di dunia pendidikan tidak sekedar menghafal informasi, tetapi juga mendorong anak untuk memahami secara mendalam, menghubungkan materi dengan pengalaman nyata, serta menganalisis dan mengevaluasi situasi secara mandiri. Misalnya, ketika belajar membuat konten promosi, anak tidak hanya diajarkan cara membuat poster, tetapi juga diajak untuk berpikir kritis tentang mengapa desain tersebut efektif, siapa target pembelinya, dan bagaimana dampaknya terhadap minat pembeli. Pendekatan ini sangat relevan untuk anak berkebutuhan khusus karena dapat membantu mereka membangun pemahaman yang lebih bermakna melalui eksplorasi aktif, refleksi, dan praktik langsung yang kontekstual.

Bu Dera membagi kegiatan pembelajaran ke dalam empat tahap: mengenal konsep, membuat konten, memasarkan produk, dan mengevaluasi hasilnya. Ia memakai prinsip *pembelajaran mendalam* agar anak-anak tidak hanya tahu apa yang dilakukan, tetapi mengapa itu penting.



Pada minggu pertama, mereka belajar hal berikut.

- a. Apa itu kewirausahaan?
- b. Apa perbedaan kewirausahaan konvensional dan digital?
- c. Siapa yang akan membeli produk mereka?

Koka mencatat lewat suara: “Kewirausahaan adalah cara mempromosikan dan memasarkan produk yang bisa dilakukan melalui cara konvensional dan digital.” Nuca membuat *mind map* visual dengan tulisan berwarna-warni. Buna berkata kepada temannya, “Kewirausahaan itu kita jualan, jualannya bisa di tempat, dan bisa pakai HP.” Rinjani memperlihatkan infografis dari Canva: “Ini alur promosi kita, Bu.” Kanawa menggambar ulang ilustrasi pembeli tersenyum dan toko *online* dengan bintang lima.

Bu Dera menggunakan aplikasi *text-to-speech* untuk membantu Koka, dan *speech-to-text* saat Nuca menyampaikan pendapatnya. Ia menempel hasil karya Kanawa di papan tulis sambil berkata, “Ini, anak-anak, adalah interpretasi visual dari konsumen bahagia versi Kanawa!” Kanawa tersenyum pelan, lalu menggambar layar ponsel yang memunculkan emoji hati besar.

Cakupan materi utama pembelajaran kewirausahaan konvensional disusun bertahap dan konkret sebagai berikut.

- a. Pengenalan konsep kewirausahaan sederhana:
 - 1) tujuan membuat barang untuk dijual
 - 2) mengenal calon pembeli
 - 3) memahami nilai guna dan nilai jual
- b. Pengenalan alat dan bahan
- c. Pembuatan produk
- d. Pengemasan
- e. Simulasi pelayanan pelanggan

Cakupan materi utama untuk pembelajaran kewirausahaan digital adalah sebagai berikut.

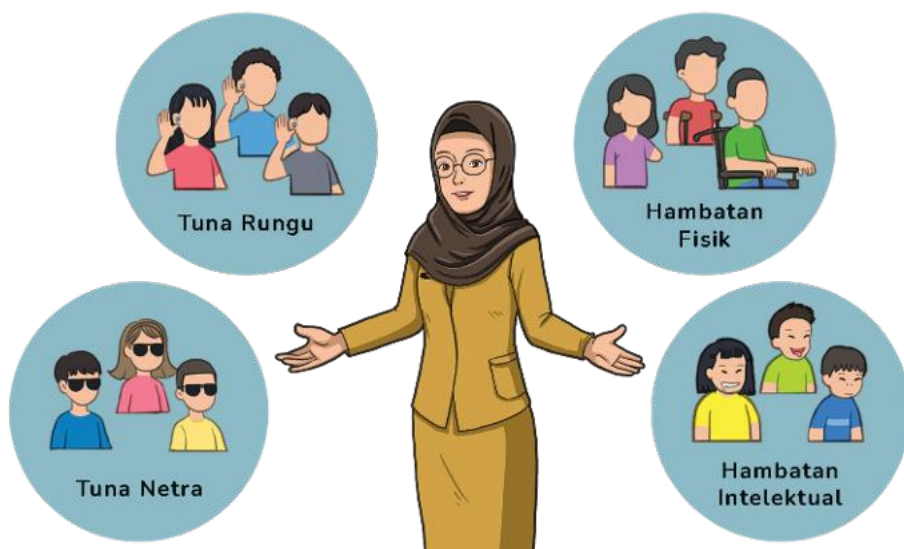


- a. Pengenalan pemasaran digital
 - 1) Apa itu pemasaran digital?
 - 2) Mengapa penting memasarkan produk secara *online*?
 - 3) Apa perbedaan antara pemasaran konvensional dan digital?
- b. Mengetahui media sosial sebagai alat pemasaran
 - 1) Instagram Bisnis
 - 2) WhatsApp Business
 - 3) TikTok Shop (untuk sekolah yang lebih maju secara digital)
- c. Membuat konten promosi yang menarik
 - 1) Foto produk dengan pencahayaan sederhana
 - 2) Video singkat menggunakan CapCut, InShot, atau KineMaster
 - 3) Desain poster menggunakan Canva, Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, atau CorelDRAW
- d. Strategi sederhana dalam berjualan
 - 1) Siapa yang menjadi pembeli?
 - 2) Kapan waktu terbaik untuk *posting*?
 - 3) Bagaimana menjawab pertanyaan pelanggan?
- e. Simulasi dan latihan
 - 1) Membuat akun bisnis
 - 2) Merancang kampanye promosi kecil
 - 3) Mengunggah dan membagikan konten



Gambar 5.2 Langkah-langkah membuat konten

Materi ini disajikan melalui cerita, gambar, praktik langsung, dan diskusi kelompok agar lebih mudah dicerna oleh anak dengan berbagai kebutuhan. Dengan menggabungkan pembelajaran autentik (*authentic learning*) dan pembelajaran mendalam, anak tidak hanya belajar tentang yang harus dilakukan, tetapi juga memahami alasan mereka melakukannya dan cara menjadi pelaku usaha konvensional dan digital yang mandiri dan percaya diri.



Gambar 5.3 Kelompok belajar

4. Alat bantu dan media pembelajaran

Bu Dera melanjutkan pembelajaran kewirausahaan konvensional dengan menggunakan alat bantu visual dan adaptif:

- kartu langkah bergambar (*step-by-step*),
- kartu dialog untuk latihan pelayanan,
- contoh produk asli,
- lembar harga,
- alat adaptif untuk motorik halus,
- panduan warna untuk mempermudah pemahaman.



Bu Dera selalu mengingatkan, “Gambar ini bukan hanya petunjuk, melainkan teman kalian saat bekerja.”

Pada minggu kedua, mereka menyentuh langsung dunia digital. Bu Dera memperkenalkan alat bantu dan media pembelajaran:

- a. Canva, Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, atau CorelDRAW untuk desain visual;
- b. CapCut, InShot, atau KineMaster untuk video;
- c. Chat GPT untuk membuat *caption*;
- d. WhatsApp Business untuk katalog;
- e. AI *image generator* untuk ilustrasi produk;
- f. aplikasi *text-to-speech* dan *speech-to-text* untuk akses belajar inklusif.

Koka membuat narasi suara produk sabun wangi alami, Nuca merekam video *stop-motion tutorial* flanel, Rinjani menjadwalkan unggahan Instagram menggunakan *caption* hasil diskusi, Buna merakit konten promosi poster dengan stiker warna-warni, dan Kanawa membuat gambar latar digital berupa etalase toko mini berbentuk pelangi. Dengan bantuan Bu Dera, gambar itu diubah ke Canva dan dijadikan desain label kemasan oleh seluruh kelompok.

“Gambar Kanawa jadi pembuka katalog kita!” seru Rinjani senang.

Kanawa hanya menunduk dan menggambar lagi. Kali ini, seorang anak memegang megafon berwarna hijau.

Bu Dera menekankan bahwa setiap anak boleh memakai alat bantu sesuai kenyamanan dan kemampuan. “AI itu bukan pengganti kita,” ujarnya, “tapi teman belajar kita.”

Prinsip utama pembelajaran ini adalah sederhana namun fungsional. Guru perlu memberikan waktu eksplorasi yang cukup agar anak terbiasa dengan alat-alat tersebut. Pemanfaatan teknologi AI secara bijak juga dapat membuka akses pembelajaran yang lebih inklusif dan memberdayakan potensi setiap individu



5. Langkah-langkah kegiatan pembelajaran



Gambar 5.4 Anak-anak bekerja dalam tim.

Masuklah pada minggu ketiga yang ditunggu-tunggu. Mereka akan melaksanakan praktik. Sebelum praktik dimulai, Bu Dera menunjukkan produk karya alumni SLB. Anak-anak kagum. “*Kalau mereka bisa, kalian juga bisa,*” ujar Bu Dera.

Pembelajaran praktik kewirausahaan konvensional pun dimulai, anak-anak mulai mencoba memegang dan menggunakan alat-alat yang disediakan dan Bu Dera memberikan instruksi dengan bahasa yang sederhana, dibantu dengan media visual dan pemeragaan langsung. Mereka membuat sebuah produk secara tim: Kanawa menggambar pola desain, Nuca menjahit sisi produk, Buna menempel pola dan aksesoris, Rinjani mengemas dan menata *display*, dan Koka berlatih melayani pelanggan.

Setelah hasil karya mereka selesai, Bu Dera mulai melakukan simulasi bazar mini untuk melatih anak-anak dalam berkomunikasi dengan pelanggan. Selain karya yang mereka produksi bersama, karya-karya mereka sebelumnya pun turut disertakan. Hasil karya mereka sangat beragam: gantungan flanel karakter, bros bunga, tas serut, kartu ucapan *handmade*, aksesoris kain, produk daur ulang kreatif, dan lain sebagainya.



Bu Dera berkata, “*Setiap produk punya cerita, dan ceritanya adalah usaha kalian.*”

Untuk mendukung pelaksanaan simulasi bazar mini ini, Bu Dera mengundang guru-guru lainnya, orang tua siswa, komunitas UMKM dan pengunjung lainnya. Dengan pendekatan ini, anak-anak dapat memahami konsep konsumen secara nyata dan dekat dengan kehidupan mereka.

Di akhir kegiatan, Bu Dera duduk bersama para siswa, memperhatikan berbagai karya yang tersusun rapi. “*Kalian sudah menunjukkan bahwa kemampuan berbeda bukan alasan untuk berhenti. Justru dari perbedaan itu, kalian bisa bekerja sama dan menghasilkan sesuatu yang indah,*” ucap Bu Dera.

Anak-anak tersenyum bangga. Ada yang menggambar, ada yang memeluk hasil karyanya, ada yang merapikan sisa bahan, dan sebagian hanya menikmati suasana. Namun, semuanya tampak puas.

Bu Dera menutup kegiatan hari itu dengan ucapan, “*Dalam wirausaha, yang kita jual bukan hanya barang, tetapi keberanian kalian untuk mencoba.*”

Minggu berikutnya, mereka akan melakukan simulasi pemasaran digital. Dengan bantuan Bu Dera dan pendamping, anak-anak membuat akun bisnis Instagram dan WhatsApp.

- a. **Koka** menjadi narator produk.
- b. **Nuca** menjadi *talent content*.
- c. **Buna** menjadi admin *packing*.
- d. **Rinjani** menjadi admin penjadwal konten.
- e. **Kanawa** menjadi ilustrator dan pencipta *mood visual*.

Sebelum mereka memposting kontennya, Bu Dera mengajak diskusi tentang hal berikut.

- a. Siapa target konsumen kita?
- b. Kapan waktu terbaik untuk unggah konten?
- c. Apa kata-kata yang bisa menyentuh hati pembeli?



Bu Dera berkata, “Ini bukan soal bisnis saja. Ini tentang bagaimana kalian menyampaikan cerita, ide, dan rasa.” Mereka juga mencoba strategi sederhana: menganalisis siapa yang tertarik pada produk mereka, merespons komentar, dan mencatat hasil secara reflektif menggunakan Google Sheet dan *AI tools*.

Pendekatan ini akan semakin efektif jika didukung oleh pemanfaatan alat berbasis kecerdasan buatan (AI) yang dapat membantu memfasilitasi proses belajar yang lebih personal, inklusif, dan efisien.

Langkah kegiatan pembelajaran pemasaran digital adalah sebagai berikut.

a. Pendahuluan (motivasi dan apersepsi)

Tujuan: membangun ketertarikan dan koneksi awal dengan pengalaman anak.

- 1) Guru menayangkan video singkat (1–2 menit) tentang kisah sukses pemuda berkebutuhan khusus yang berhasil menjadi *content creator* menggunakan Instagram.
- 2) Diskusi ringan dengan pertanyaan pemantik: “Pernahkah kamu mempromosikan barang lewat WhatsApp atau Instagram?”
- 3) Guru menggunakan *AI speech-to-text* (misalnya, Google Keyboard atau Otter.ai) untuk menuliskan ide-ide anak yang muncul secara otomatis saat berdiskusi.
- 4) Guru menjelaskan tujuan pembelajaran hari ini secara visual dan audio, menggunakan *text-to-speech AI* untuk anak yang kesulitan membaca.

b. Eksplorasi dan penyampaian materi

Tujuan: memberikan konsep dasar dan menghubungkannya dengan praktik nyata.

- 1) Guru menjelaskan materi inti secara visual dan bertahap dengan gambar serta infografik.



- 2) Guru menunjukkan secara langsung cara membuat akun bisnis di Instagram atau WhatsApp Business.
- 3) Guru menyajikan contoh konten promosi yang berhasil, lalu menjelaskan mengapa konten tersebut menarik (*deep learning*: analisis dan refleksi).
- 4) Guru menggunakan ChatGPT (*AI content assistant*) untuk mendemonstrasikan bagaimana menulis *caption* promosi sederhana berdasarkan produk anak.

c. Demonstrasi dan praktik langsung

Tujuan: melatih keterampilan nyata dan menghubungkannya dengan pemahaman.

- 1) Siswa membuat akun bisnis mereka sendiri (guru atau pendamping membantu sesuai kebutuhan).
- 2) Siswa menggunakan Canva untuk membuat desain poster promosi dengan template yang disesuaikan.
- 3) Siswa mengunggah konten promosi ke media sosial mereka (Instagram atau WA Business) secara berkelompok.
- 4) Guru menggunakan *AI image enhancer* untuk membantu memperbaiki hasil foto produk anak agar lebih menarik (misalnya, Remove.bg atau Canva Photo Editor).

d. Kolaborasi dan penilaian antarteman (*peer review*)

Tujuan: membangun pemahaman melalui evaluasi sejawat dan empati.

- 1) Setiap kelompok menilai hasil konten kelompok lain dengan menggunakan rubrik sederhana.
- 2) Setiap kelompok menggunakan alat bantu seperti Google Form + *AI summarizer* (misalnya, Gemini atau ChatGPT) untuk mengolah komentar menjadi umpan balik yang konstruktif.
- 3) Setiap kelompok saling memberikan komentar positif dan saran yang membangun secara lisan dan tertulis.



e. Refleksi dan diskusi akhir

Tujuan: memperkuat makna pembelajaran dan pemahaman personal.

- 1) Setiap siswa mengisi jurnal refleksi (dapat berupa gambar, suara, atau tulisan).
- 2) Siswa dapat menggunakan aplikasi *speech-to-text* jika lebih nyaman berbicara daripada menulis.
- 3) Guru memfasilitasi diskusi akhir dengan memunculkan pertanyaan reflektif: “Apa yang kamu pelajari hari ini?”, “Apa hal yang paling membuatmu bangga?”

f. Tugas proyek individu atau kelompok

Tujuan: mengintegrasikan semua kemampuan dan pengetahuan ke dalam praktik nyata.

- 1) Setiap siswa atau kelompok:
 - a) menyusun rencana konten promosi selama satu minggu (1 pos per hari);
 - b) mengunggah konten secara terjadwal dengan *caption* yang dibuat sendiri atau dibantu *AI caption generator*;
 - c) mencatat dan menganalisis respons pelanggan (*like*, komentar, pesan masuk).
- 2) Gunakan *Google Sheets* dan *AI tools* untuk mencatat dan menginterpretasi data sederhana (berapa kali produk ditanya, apa komentar terbanyak, dan sebagainya).

Pendekatan ini tidak hanya menekankan “apa yang dilakukan”, tetapi juga “mengapa melakukan itu dan bagaimana dampaknya”. Inilah esensi dari *deep learning*, yang berfokus pada pemahaman mendalam, berpikir kritis, dan refleksi diri. Melalui pendekatan ini, serta pengalaman belajar yang bermakna dan memberdayakan akan tercipta.



6. Evaluasi pembelajaran

Setelah dua minggu, siswa melakukan *peer review*.

Buna (sambil menepuk ringan bahu Kanawa)
Gambar Kanawa bagus banget, bikin senyum.

Rinjani (sambil tersenyum tulus)
Narasi Koka bikin aku tenang.

Nuca (sambil menunjuk poster yang dipajang di papan tulis)
Stiker Buna lucu.

Koka (dengan nada kagum)
Videonya Nuca jelas.

Kanawa (dengan pelan sambil menggambar kalender di kertasnya)
Rinjani rajin ngatur jadwal.

Evaluasi dilakukan dengan menilai anak bukan hanya dari hasil akhir, tetapi dari manusia seutuhnya yaitu dengan perasaan, usaha, motivasi, dan perkembangan pribadi mereka.

- a. Kognitif: apakah anak-anak memahami konsep pemasaran digital?
- b. Psikomotorik: apakah mereka bisa membuat akun dan konten?
- c. Afektif: bagaimana sikap mereka dalam bekerja dan berbagi?





Gambar 5.5 Anak-anak saling memberi komentar.

Anak-anak juga menuliskan refleksi.

Koka merekam: “Aku bisa menulis cerita dengan suara.”

Nuca mengetik: “Aku bisa sampaikan ide tanpa suara.”

Buna menggambar hati besar dan menulis: “Aku suka kerja tim.”

Rinjani menulis: “Aku tahu aku bisa memimpin.”

Kanawa menyerahkan selembarnya gambar berjudul “*Toko Pelangi: Tempat Semua Bisa Jualan dan Bahagia*”. Di dalamnya, ada lima karakter tersenyum berdiri bersama, di atas layar ponsel raksasa.

Evaluasi dalam pembelajaran pemasaran digital harus humanis, kontekstual, dan mendorong perkembangan, bukan sekadar menilai benar atau salah. Dalam konteks anak berkebutuhan khusus, yang dilihat bukan hanya hasil akhir, melainkan juga proses dan keterlibatan anak. Evaluasi harus fleksibel, tidak kaku, dan memberi ruang untuk ekspresi unik dari tiap anak.



7. Jenis evaluasi pada pembelajaran pemasaran digital

- a. **Pengetahuan**, yang diuji melalui kuis visual, cerita bergambar, atau permainan interaktif.
- b. **Keterampilan**, yang dilihat dari kemampuan membuat akun, konten, dan memposting.
- c. **Sikap dan proses belajar**, yang diperoleh melalui pengamatan guru terhadap keaktifan, keberanian mencoba, dan tanggung jawab.

Aspek yang dinilai dalam evaluasi tersebut dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 5.2 Aspek evaluasi pada pembelajaran pemasaran digital

Aspek	Indikator
Kognitif	- Menjelaskan apa itu pemasaran digital - Menyebutkan platform pemasaran
Psikomotorik	- Membuat akun bisnis - Membuat dan mengunggah konten promosi
Afektif	Keaktifan, kreativitas, kerja sama, kepercayaan diri

Guru bisa memberi umpan balik dalam bentuk sertifikat sederhana, pujian, atau menunjukkan hasil karya anak di depan kelas sebagai bentuk apresiasi.

Pembelajaran pemasaran digital bagi anak berkebutuhan khusus bukan hanya tentang belajar menjual produk, melainkan juga belajar tentang kehidupan: bagaimana berani tampil, menyampaikan ide, memahami orang lain, dan menghargai usaha. Dengan perangkat pembelajaran yang tepat, proses ini akan menjadi pengalaman belajar yang menyenangkan, bermakna, dan memberdayakan.

Ada pepatah modern: **“Setiap anak bisa bersinar, asal diberi panggung yang sesuai.”** Mari kita hadirkan panggung itu, melalui pembelajaran pemasaran digital yang inklusif, adaptif, dan membangun harapan.



B. Inovasi Produk yang Dibuat oleh Anak Berkebutuhan Khusus



Gambar 5.6 Inovasi produk yang dibuat oleh anak berkebutuhan khusus.

Pada minggu keempat, anak-anak mulai menampilkan karya nyata mereka:

1. totebag lukis tangan,
2. gantungan kunci flanel,
3. kue kering dalam kemasan kreatif,
4. masker batik hasil jahitan sendiri,
5. kain baju dan selendang batik tulis.

Tidak hanya produk, mereka juga menawarkan juga jasa:

1. Koka menawarkan jasa audio storytelling dan review produk dengan suara;
2. Nuca membantu dalam penjadwalan media sosial;
3. Buna dan Rinjani merancang kemasan hampers atau parsel dan mengelola akun Instagram toko kelas;
4. Kanawa menawarkan jasa pembuatan poster digital dan stiker dengan Canva.



Produk mereka dijual ke komunitas guru, orang tua, dan pengunjung bazar sekolah.

Bu Dera menegaskan pentingnya menentukan sasaran konsumen. Anak-anak diajak mengenali

1. Siapa yang suka produk buatan tangan?
2. Siapa tertarik pada cerita di balik produk?
3. Siapa yang peduli akan keberlanjutan lingkungan?

Dengan pendekatan ini, mereka tidak hanya menjual barang, tetapi juga membangun cerita dan empati.

Anak berkebutuhan khusus sering kali dianggap terbatas dalam kemampuan, padahal kenyataannya mereka menyimpan potensi besar dalam berkarya terutama jika diberi kesempatan dan dukungan yang tepat. Dalam bidang kewirausahaan dan pemasaran digital, anak berkebutuhan khusus mulai menunjukkan inovasi produk yang unik, personal, dan memiliki nilai jual.

Inovasi ini tidak hanya mencerminkan keterampilan yang telah mereka pelajari di sekolah, tetapi juga memperlihatkan kepribadian, semangat, dan daya cipta mereka yang luar biasa.

1. Ragam inovasi produk

a. Produk kreatif berbasis keterampilan praktik

Banyak SLB memberikan pelatihan keterampilan, di antaranya sebagai berikut:

- 1) tata busana,
- 2) tata boga,
- 3) kerajinan tangan,
- 4) seni lukis atau grafis,
- 5) batik.



Anak berkebutuhan khusus menghasilkan produk, seperti:

- 1) totebag lukis tangan dengan motif bebas,
- 2) masker kain hasil jahitan sendiri,
- 3) kain batik dan selendang bermotif batik tulis khas berbagai kota karya sendiri,
- 4) kue kering dengan label dan kemasan kreatif,
- 5) gantungan kunci berbahan flanel hasil kreasi sendiri.

Produk-produk ini bukan hanya merupakan “hasil latihan”, melainkan benar-benar layak dijual secara daring maupun luring.

b. Produk digital dan karya desain

Dengan pelatihan menggunakan aplikasi, seperti Canva, Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, atau CorelDRAW, beberapa siswa menjadi mampu

- 1) mendesain stiker digital,
- 2) membuat templat undangan daring,
- 3) merancang poster promosi.

Produk desain digital itu bisa dijual sebagai jasa desain ringan yang dikelola melalui media sosial dan WhatsApp Business.

c. Produk ramah lingkungan (*upcycle*)

Beberapa sekolah mengajarkan prinsip daur ulang dan wirausaha hijau. Anak berkebutuhan khusus dapat diajak memanfaatkan barang bekas menjadi produk bernilai, seperti

- 1) tas dari bungkus kopi,
- 2) dompet dari kain perca,
- 3) vas bunga dari botol plastik.

Inovasi ini dapat menanamkan kepedulian lingkungan dan nilai sosial pada siswa.



2. Ragam inovasi jasa

Selain produk fisik dan digital, anak berkebutuhan khusus memiliki potensi besar dalam bidang jasa yang bisa dikembangkan sesuai kemampuan, minat, dan karakteristik individual mereka. Jasa yang ditawarkan dapat bersifat sederhana, berbasis keterampilan, atau memanfaatkan teknologi bantu, termasuk untuk anak tunanetra yang memiliki kekuatan di aspek pendengaran, memori, atau komunikasi verbal. Berikut adalah beberapa contoh ragam jasa yang relevan.

a. Jasa pengetikan sederhana

Bagi anak yang memiliki keterampilan mengetik, mereka dapat menawarkan layanan pengetikan tugas sekolah, dokumen surat, atau daftar produk. Anak tunanetra pun dapat berkontribusi dalam jasa ini dengan menggunakan aplikasi *speech-to-text*, seperti Google Voice Typing.

b. Jasa desain kartu ucapan dan sertifikat

Dengan menggunakan aplikasi, seperti Canva, Adobe Photoshop, Adobe Illustrator atau CorelDRAW, anak yang memiliki minat visual bisa mendesain undangan digital, sertifikat, atau kartu ucapan. Untuk siswa tunanetra, mereka bisa bekerja berpasangan sebagai narator isi pesan atau pencetus ide konten.

c. Jasa audio *storytelling* atau *voice over*

Anak dengan hambatan penglihatan yang memiliki suara jelas dan ekspresif dapat dilatih menjadi pendongeng, pengisi suara video edukasi, atau membaca ulang teks ke dalam bentuk audio, yang dapat digunakan dalam pembelajaran anak-anak atau sebagai konten *podcast*.

d. Jasa ulasan produk secara audio

Dengan kepekaan sensorik yang kuat, anak tunanetra bisa memberikan ulasan produk dari sisi suara, rasa, atau tekstur. Ulasan ini dapat direkam sebagai konten suara dan disebarluaskan melalui WhatsApp Business atau media sosial sekolah.



e. Jasa pembuatan *jingle* atau musik sederhana

Anak dengan hambatan penglihatan yang memiliki bakat musik dapat menciptakan *jingle* sederhana untuk promosi produk sekolah atau bahkan menjadi pengisi acara musik dalam kegiatan wirausaha.

f. Jasa pengemasan produk (*packaging service*)

Anak-anak dengan ketelitian dan kesabaran tinggi dapat membantu mengemas produk UMKM atau hasil karya teman sekelas dalam bentuk *hampers* atau parsel, *goodie bag*, atau kemasan jualan daring.

g. Jasa konten media sosial

Dengan bimbingan, anak dapat membuat jadwal *posting*, mengatur *caption* promosi, dan mengelola akun usaha kecil. Bagi anak tunanetra, peran sebagai pencetus ide narasi atau *caption* audio juga dapat dilakukan dengan bantuan guru atau aplikasi AI pembantu visual.

h. Jasa pendampingan cerita atau pendengar aktif

Anak dengan hambatan penglihatan yang empatik dan komunikatif bisa menjadi pendamping cerita untuk teman sebaya, anak kecil, atau bahkan menjadi moderator dalam kegiatan diskusi kelompok. Ini dapat menjadi bentuk terapi sosial sekaligus layanan bercerita edukatif.

i. Jasa kebersihan ringan dan penataan

Dalam konteks sosial, beberapa anak bisa menawarkan jasa merapikan ruangan kelas, menyusun meja pameran, atau merawat taman sekolah sebagai bagian dari kegiatan wirausaha berbasis layanan.

Keseluruhan ragam inovasi jasa ini menekankan bahwa setiap anak, termasuk anak tunanetra, memiliki keunikan dan kekuatan yang bisa dikembangkan menjadi layanan bernilai. Dengan pendekatan berbasis kekuatan (*strength-based approach*), teknologi bantu (seperti AI *voice assistant*, *text-to-speech/speech-to-text*), serta pelatihan berbasis praktik, anak-anak berkebutuhan khusus dapat berperan aktif dalam dunia usaha secara inklusif, bermakna, dan percaya diri.



3. Faktor pendukung inovasi

- a. Lingkungan belajar yang mendukung
Inovasi muncul karena ada ruang untuk mencoba dan berkreasi. Guru yang mendampingi dengan sabar, serta orang tua yang memberi semangat, sangat berperan dalam mendorong anak berkebutuhan khusus untuk berani berkarya.
- b. Pelatihan berbasis kebutuhan anak
Program pelatihan yang disesuaikan dengan potensi dan minat anak serta disampaikan dengan metode visual, demonstratif, dan praktik langsung akan mendorong lahirnya produk yang autentik dan inovatif.
- c. Pemanfaatan teknologi
Dengan teknologi, anak berkebutuhan khusus dapat
 - 1) mencari inspirasi produk dari internet,
 - 2) mendesain label atau kemasan sendiri,
 - 3) memasarkan produknya secara digital.

Pemanfaatan teknologi menjadikan inovasi tidak hanya terbatas pada ruang kelas, tetapi terhubung langsung dengan pasar nyata.
- d. Nilai tambah produk inovatif dari anak berkebutuhan khusus
Produk buatan anak berkebutuhan khusus memiliki nilai keunikan yang sering tidak dimiliki produk massal, seperti
 - 1) desain yang personal dan penuh karakter,
 - 2) unsur inklusivitas dan keberagaman,
 - 3) cerita atau kisah di balik pembuatannya,
 - 4) dukungan terhadap ekonomi inklusif dan pemberdayaan kelompok marginal.

Oleh karena itu, banyak konsumen merasa “terhubung secara emosional” ketika membeli produk buatan anak berkebutuhan khusus.

Inovasi produk yang dihasilkan oleh anak berkebutuhan khusus adalah bukti bahwa mereka mampu berkontribusi di bidang kewirausahaan digital. Dengan



dukungan yang tepat, mereka tidak hanya belajar membuat produk, tetapi juga belajar untuk berani mencoba, mengekspresikan diri, dan mengelola hasil karya mereka secara profesional. Setiap produk yang mereka hasilkan bukan sekadar barang dagangan, melainkan juga simbol dari keberanian, kreativitas, dan harapan.

C. Sasaran Konsumen dalam Pemasaran Digital untuk Produk Anak Berkebutuhan Khusus



Gambar 5.7 Persona Konsumen

Dalam dunia pemasaran digital, salah satu hal paling penting adalah mengenali siapa konsumen kita. Tanpa mengenali siapa yang ingin membeli produk, upaya promosi bisa tidak tepat sasaran. Bagi anak berkebutuhan khusus yang membuat produk barang atau jasa, penting untuk mengenali karakteristik pembeli potensialnya agar strategi pemasaran bisa disusun dengan lebih efektif.

1. Sasaran konsumen

Sasaran konsumen adalah kelompok orang atau individu yang memiliki kemungkinan paling besar untuk membeli atau menggunakan produk yang ditawarkan. Dalam pemasaran digital, mengenali sasaran konsumen akan membantu dalam menentukan hal berikut.



a. Gaya bahasa promosi

- 1) Jika sasarannya adalah konsumen muda, gunakan bahasa santai, gaul, dan singkat. Contoh: *"Eco-bag keren buat gaya ke sekolah. Yuk, borong sekarang!"*
- 2) Jika sasarannya adalah konsumen dewasa, gunakan bahasa sopan dan meyakinkan. Contoh: *"Masker kain buatan tangan, aman dan nyaman untuk seluruh keluarga."*

b. Platform digital yang digunakan

- 1) Untuk sasaran konsumen remaja, platform yang tepat untuk digunakan adalah Instagram dan TikTok karena kontennya bersifat visual dan berupa video pendek.
- 2) Untuk sasaran konsumen orang dewasa, misalnya ibu rumah tangga, aplikasi WhatsApp Business dan Facebook dapat digunakan karena mudah diakses dan bersifat personal.

c. Desain kemasan dan visual konten

- 1) Untuk sasaran konsumen anak muda, dapat digunakan warna cerah, desain modern, dan foto produk dengan latar yang trendi. Contoh: *tote bag* bergambar ilustrasi unik buatan Kanawa dengan warna pastel.
- 2) Untuk sasaran konsumen orang dewasa, dapat digunakan warna netral atau elegan, kemasan rapi, dan label terpasang jelas.

d. Harga yang sesuai

- 1) Untuk sasaran konsumen remaja atau pelajar harga sebaiknya terjangkau, misalnya gantungan kunci dihargai Rp5.000,00–Rp10.000,00.
- 2) Untuk pasar premium, harga lebih tinggi dengan kemasan eksklusif, misalnya *eco-bag* dihargai Rp75.000,00 dengan sertifikat produk *handmade*.

e. Pendekatan pelayanan pelanggan

- 1) Untuk sasaran konsumen remaja, admin perlu membalas pesan dengan emoticon, bahasa santai, dan merespons pesan dengan cepat. Contoh: *"Hai, Kak 😊, makasih udah mampir. Mau warna biru atau pink?"*



- 2) Untuk sasaran konsumen dewasa atau pembeli formal, digunakan sapaan sopan dan penjelasan detail. Contoh: “Selamat siang, Ibu. Terima kasih sudah menghubungi kami. Produk tersedia dalam dua warna: biru dan krem.”

2. Mengapa sasaran konsumen penting bagi produk yang dihasilkan anak berkebutuhan khusus?

Produk yang dibuat oleh anak berkebutuhan khusus biasanya memiliki

- nilai personal yang tinggi (misalnya, dibuat manual dengan desain unik),
- cerita di balik produk yang menyentuh dan menarik simpati pembeli,
- kualitas khas, seperti keterampilan tangan, keterlibatan emosional, dan gaya yang autentik.

Oleh karena itu, mengenali siapa yang menghargai keunikan ini sangat penting untuk mendukung keberhasilan pemasaran.

3. Contoh segmentasi sasaran konsumen produk anak berkebutuhan khusus

Tabel 5.3 Kesesuaian produk dengan sasaran konsumen

Jenis Produk	Sasaran Konsumen Potensial
Tas lukis tangan	Remaja dan dewasa muda, penggemar produk seni dan <i>handmade</i> (buatan tangan)
Suvenir dari limbah daur ulang	Komunitas peduli lingkungan, instansi pemerhati keberlanjutan lingkungan
Kue kering buatan sendiri	Ibu rumah tangga, komunitas pecinta kuliner, pelanggan setia <i>online</i>



Aksesori dari manik atau flanel	Remaja putri, pembeli di <i>marketplace</i> , komunitas orang tua
Desain grafis dan stiker digital	UMKM lokal, pelajar, dan pengguna media sosial aktif

4. Metode untuk menentukan sasaran konsumen

Dalam pembelajaran pemasaran digital untuk anak berkebutuhan khusus, guru atau pendamping bisa mengajarkan pendekatan sederhana untuk mengenali target konsumen melalui

- persona konsumen,
- survei sederhana,
- observasi sosial media,

Yuliana (2023), seorang pakar pemasaran inklusif menyampaikan bahwa segmentasi pasar yang tepat dapat membantu wirausahawan untuk memaksimalkan potensi penjualannya di media digital, termasuk pengusaha pemula dan anak berkebutuhan khusus. Selanjutnya, Maulana (2023), seorang konsultan *branding* UMKM, mengatakan bahwa produk yang memiliki cerita personal, seperti buatan anak berkebutuhan khusus, dapat menembus pasar karena mampu menyentuh sisi emosional pembeli. Namun, hal itu hanya dapat berhasil jika target audiensnya jelas (Maulana, 2023).

Berikut adalah langkah-langkah menentukan sasaran konsumen.

- Kenali produk sendiri: Apa yang membuat produk saya unik?
- Tanyakan: Siapa yang membutuhkan atau menyukai produk ini?
- Pilih media sosial yang sesuai, contohnya Instagram cocok untuk produk visual; WhatsApp untuk pelanggan lokal.
- Ciptakan desain dan kata-kata yang menarik konsumen sasaran, misalnya gunakan warna cerah dan testimoni untuk menarik konsumen ibu-ibu muda.



- e. Evaluasi secara berkala: Apakah pembelinya sesuai yang ditargetkan? Jika tidak, sesuaikan strategi.

Mengenal sasaran konsumen adalah keterampilan utama dalam pemasaran digital. Bagi anak berkebutuhan khusus, hal ini bisa menjadi proses belajar memahami orang lain dan cara berkomunikasi melalui produk. Dengan memahami siapa yang membeli, pemasaran jadi lebih terarah dan penjualan lebih efektif. Konsumen tidak hanya membeli produk, tetapi juga membeli nilai, cerita, dan empati yang terkandung di dalamnya.





Penutup

Di akhir proyek, Bu Dera berdiri di depan kelas sambil tersenyum dan berkata, ***“Kalian bukan hanya anak. Kalian adalah pelaku usaha kecil, pencipta besar, dan duta harapan.”*** Kelas itu bukan lagi sekadar ruang belajar, melainkan ruang tumbuh. Ponsel mereka bukan sekadar layar kecil, melainkan panggung besar yang memantulkan cahaya dari dalam diri mereka.



Gambar 5.8 Harapan dan masa depan anak berkebutuhan khusus yang cerah.



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DASAR DAN MENENGAH
REPUBLIK INDONESIA, 2025

Asyiknya Berwirausaha: Mimpi Jadi Nyata
Kewirausahaan bagi Anak Berkebutuhan Khusus

Penulis: Dhea Intan Kusumawardhani dan Sarah Fauzia
ISBN 978-634-00-4480-5 (PDF)

BAB 6

Praktik Baik dan Dukungan dalam Wirausaha Anak Berkebutuhan Khusus

Semua Anak Dapat Melakukannya





Prolog

Di tengah kelas yang tenang, Kanawa duduk sambil menggambar pola abstrak dengan pensil warna. Ia tidak banyak berbicara, tetapi tiap goresan garis pelangi seakan bercerita. Guru yang mendampinginya tersenyum saat melihat karya itu. “Boleh dijual?” tanya sang guru. Kanawa hanya mengangguk pelan, matanya berbinar. *Tote bag* pertama dengan desain Kanawa kemudian dicetak, difoto, dan diunggah ke platform jualan digital. Tanpa diduga, produk tersebut disambut hangat. Pujian demi pujian datang, pesanan pun mulai masuk. Setiap kali notifikasi baru terdengar, semangat Kanawa semakin tumbuh.

Bagi Kanawa, berwirausaha bukan hanya soal menjual produk. Ia menemukan sarana untuk dikenali dan diterima dunia. Ia merasa bahwa karyanya punya tempat, dan dirinya punya suara. Cerita Kanawa hanyalah satu dari sekian banyak praktik baik yang lahir dari wirausaha berbasis pemasaran digital oleh anak berkebutuhan khusus (Kusuma, 2020).



Gambar 6.1 Pesanan masuk melalui ponsel.



A. Praktik Baik Wirausaha di SLB dengan Metode Pemasaran Digital

Keberhasilan anak berkebutuhan khusus dalam wirausaha membuktikan bahwa keterbatasan bukanlah penghalang untuk berkarya. Banyak kisah inspiratif lahir di ruang kelas, rumah tangga, komunitas, hingga lingkup usaha kecil (Astuti, 2021). Berikut contoh praktik baik kewirausahaan yang dilakukan oleh anak berkebutuhan khusus dengan dukungan guru di sekolah.

1. Latar belakang

SLBN Taruna Mandiri merupakan sekolah luar biasa negeri yang terus berupaya menciptakan lingkungan belajar yang bermakna bagi anak berkebutuhan khusus. Sudah tiga tahun terakhir, sekolah ini memiliki sepuluh bidang vokasi yang aktif berjalan. Mulai dari keterampilan membuat, menjahit, tata boga, pertanian, hingga kerajinan tangan, semuanya tumbuh dari semangat untuk membekali anak dengan kemampuan hidup yang nyata. Setiap hari, para guru melihat begitu banyak karya menarik lahir dari tangan-tangan anak didik yang penuh semangat. Namun, lama-lama muncul pertanyaan sederhana, “Semua hasil karya ini mau di kemanakan?”

Pertanyaan itu justru membuka pintu gagasan baru. Para guru mulai berpikir bahwa hasil karya anak-anak ini tidak seharusnya berhenti di ruang kelas. Sayang rasanya kalau semua produk hanya dipamerkan saat bazar atau acara sekolah, lalu disimpan kembali. Mereka ingin sesuatu yang lebih besar, ingin karya mereka hidup, dikenal banyak orang, dan membawa manfaat yang berkelanjutan.

Tak berhenti sampai di situ, mereka pun ingin melangkah lebih jauh. Dari keinginan itulah akhirnya terbentuk Tim Kewirausahaan Sekolah. Tim ini menjadi wadah bagi para guru untuk mengembangkan ide-ide kreatif dan menemukan cara terbaik untuk menyalurkan hasil karya anak berkebutuhan khusus. Mereka ingin membuktikan bahwa anak berkebutuhan khusus juga bisa berwirausaha jika diberikan kesempatan dan pendampingan yang tepat.



Siapa sangka, langkah kecil itu membawa perubahan besar di sekolah ini. Dalam perjalanan, mereka menjalin kerja sama dengan pabrik batik lokal yang bersedia menjadi mitra pembelajaran. Dari pabrik, mereka belajar banyak hal: teknik pewarnaan, pemilihan bahan kain, dan cara memasarkan produk batik secara profesional. Anak-anak pun mendapat pengalaman berharga saat melihat langsung proses membatik di tempat produksi. Rasanya luar biasa melihat mereka berinteraksi, bertanya, dan belajar dari pengrajin batik yang sudah berpengalaman.

Semakin hari, semangat itu tumbuh dan menular ke semua guru serta siswa. Kolaborasi dengan pelaku usaha lokal membuat para guru sadar bahwa kewirausahaan bukan hanya tentang menjual barang, melainkan tentang membangun kepercayaan diri dan kemandirian anak berkebutuhan khusus. Produk batik buatan anak berkebutuhan khusus menjadi lebih rapi, warnanya lebih hidup, dan motifnya lebih berani. Masyarakat pun mulai melirik hasil karya mereka.

Akhirnya, kerja keras itu membuahkan hasil yang membanggakan. Kini, batik tulis karya anak SLBN Taruna Mandiri telah memiliki hak cipta (HAKI) dari Kementerian Hukum dan HAM Republik Indonesia. Hal itu merupakan sebuah pencapaian besar yang membuktikan bahwa karya anak berkebutuhan khusus memiliki nilai orisinalitas dan diakui secara hukum. Setiap lembar batik kini tidak hanya indah, tetapi juga memiliki identitas dan cerita tersendiri.

Kini, setiap guratan batik memiliki cerita perjuangan di baliknya. Bukan sekadar kain, melainkan hasil ketekunan, kreativitas, dan kerja sama antara guru dan siswa. Semangat kewirausahaan di SLBN Taruna Mandiri kini tumbuh menjadi gerakan bersama, melibatkan seluruh warga sekolah dan masyarakat sekitar.

Inilah bukti bahwa kesempatan dan kepercayaan dapat melahirkan keajaiban. Batik tulis SLBN Taruna Mandiri tidak hanya menjadi kebanggaan sekolah, tetapi juga menjadi simbol bahwa pendidikan inklusif bisa menghasilkan karya nyata, bernilai ekonomi, dan penuh makna.



Gambar 6.2 Guru dan anak berdiskusi mengenai hasil produk batik di ruang praktik.

2. Tujuan dan manfaat

Kegiatan ini bertujuan agar siswa dapat

- a. mengembangkan potensi vokasional anak berkebutuhan khusus dalam bidang seni batik tulis sebagai keterampilan yang bernilai ekonomi,
- b. meningkatkan kemandirian dan rasa percaya diri anak berkebutuhan khusus melalui pengalaman berwirausaha yang nyata,
- c. menyalurkan hasil karya anak agar dikenal masyarakat luas, tidak hanya dalam kegiatan bazar atau pameran sekolah,
- d. membangun kemitraan dengan pelaku usaha lokal, khususnya pabrik batik, untuk memperluas jaringan produksi dan pemasaran,
- e. meningkatkan kapasitas guru dan sekolah dalam mengelola usaha berkelanjutan yang sesuai dengan karakteristik anak berkebutuhan khusus,
- f. mendukung penguatan *branding* sekolah sebagai lembaga pendidikan inklusif yang produktif dan berorientasi pada kemandirian anak berkebutuhan khusus.

3. Proses pelaksanaan (langkah-langkah praktik)

Pelaksanaan kegiatan kewirausahaan batik tulis di SLBN Taruna Mandiri dilakukan secara bertahap, terencana, dan melibatkan seluruh unsur sekolah. Kegiatan ini tidak hanya difokuskan pada hasil akhir berupa kain batik, tetapi juga pada proses pembelajaran yang bermakna bagi setiap siswa.



a. Persiapan awal

Kegiatan diawali dengan rapat koordinasi antara guru keterampilan, guru pendamping, dan pihak sekolah. Dalam pertemuan tersebut, dibentuk Tim Kewirausahaan Sekolah SLBN Taruna Mandiri yang bertugas mengatur alur kegiatan, mulai dari produksi, pengemasan, hingga pemasaran produk.

Guru juga memetakan kemampuan dan minat anak. Setiap anak kemudian diarahkan ke bagian yang sesuai, misalnya:

- 1) bagian desain dan pewarnaan untuk anak dengan kemampuan motorik halus yang baik,
- 2) bagian pengemasan (*packing*) untuk anak tunagrahita yang memiliki keterampilan dalam pekerjaan rutin dan teliti,
- 3) bagian administrasi sederhana bagi anak yang memiliki kemampuan literasi dan numerasi dasar.

Langkah ini penting agar setiap anak mendapatkan peran sesuai kemampuannya dan merasa memiliki kontribusi dalam satu tim besar.

b. Proses pembelajaran dan produksi

Kegiatan produksi batik dilakukan di ruang keterampilan sekolah. Setiap sesi dibimbing langsung oleh guru keterampilan batik dan asisten pengajar. Prosesnya berlangsung dengan suasana santai namun tetap disiplin dan produktif.

Langkah-langkah pembuatan batik tulis yang dipraktikkan di sekolah adalah sebagai berikut.

- 1) Perancangan motif (desain awal)

Siswa diajak menuangkan ide mereka dalam bentuk gambar motif di kertas pola. Guru memberikan contoh motif tradisional, seperti gunung ciremai serta ikan dewa dan bunga muning, lalu mengarahkan siswa untuk membuat variasi sederhana yang merepresentasikan karakter mereka sendiri.



2) Menjiplak motif di kain mori

Setelah desain selesai, siswa memindahkan pola ke kain mori menggunakan pensil. Tahap ini melatih fokus, koordinasi mata-tangan, dan ketelitian.

3) Mencanting dan menutup lilin malam

Pada tahap ini, siswa belajar menggunakan canting dengan bimbingan intensif. Mereka mengisi garis-garis motif dengan lilin malam panas. Guru selalu memastikan keamanan alat dan bahan agar kegiatan berjalan aman dan menyenangkan.

4) Pewarnaan kain

Setelah proses pencantingan selesai, kain dicelupkan ke dalam larutan pewarna alami. Siswa belajar mencampur warna, mengaduk larutan, dan mengamati perubahan warna pada kain. Tahap ini menjadi momen yang paling disukai karena hasilnya langsung terlihat.

5) Pelorodan (menghilangkan malam)

Kain yang sudah diwarnai kemudian direbus untuk menghilangkan lilin malam. Proses ini dilakukan bersama-sama dengan bimbingan guru. Saat warna dan motif mulai tampak jelas, siswa terlihat bangga dan senang melihat hasil kerja keras mereka.

6) Pengeringan dan *finishing*

Setelah proses pelorodan, kain dijemur di bawah sinar matahari dan kemudian disetrika agar halus dan siap dipasarkan.

c. Pembentukan Tim Kewirausahaan Sekolah

Setelah produk batik selesai, kegiatan berlanjut pada tahap pengelolaan usaha. Sekolah membentuk Tim Kewirausahaan Sekolah SLBN Taruna Mandiri, yang terdiri dari guru dan perwakilan anak dari setiap kelas vokasi. Tim ini dibagi menjadi beberapa bagian dengan tanggung jawab yang berbeda.

1) Bagian produksi: bertugas membuat batik tulis dengan motif dan warna sesuai permintaan.

2) Bagian pengemasan (*packing*): dikelola oleh anak dengan hambatan intelektual dengan pendampingan guru. Mereka bertugas melipat kain,



memasukkan produk ke dalam plastik atau kotak kemasan, menempelkan label produk, dan memastikan tampilan produk rapi dan menarik. Aktivitas ini melatih koordinasi motorik, kerapian, dan tanggung jawab kerja.

- 3) Bagian administrasi dan pencatatan: anak dengan kemampuan baca tulis dasar dilibatkan untuk mencatat jumlah stok, membuat daftar harga, dan membantu guru dalam menghitung hasil penjualan. Dengan cara ini, mereka belajar konsep sederhana tentang pembukuan dan pengelolaan keuangan.
- 4) Bagian promosi dan penjualan: guru dan siswa bekerja sama membuat konten sederhana untuk media sosial (misalnya, Shopee, Instagram, Youtube, dan Tiktok) sekolah, serta menyiapkan stan ketika ada kegiatan pameran atau bazar. Produk batik juga mulai dipasarkan secara daring agar dikenal lebih luas oleh masyarakat.

d. Evaluasi dan pengembangan

Setiap akhir semester, tim guru melakukan refleksi untuk melihat sejauh mana keberhasilan kegiatan. Saran dan ide baru dari siswa selalu dihargai karena setiap masukan bisa menjadi inspirasi untuk memperbaiki proses selanjutnya.

Kini, kegiatan kewirausahaan batik tulis di SLBN Taruna Mandiri telah berkembang menjadi program unggulan sekolah. Produk batik tidak hanya digunakan dalam kegiatan resmi sekolah, tetapi juga mulai dipesan oleh masyarakat umum dan instansi lain.

Dengan kerja sama yang baik, pembagian peran yang jelas, dan pendampingan yang penuh kesabaran, kegiatan ini membuktikan bahwa anak berkebutuhan khusus pun mampu menjadi bagian aktif dalam dunia kewirausahaan yang nyata.





Gambar 6.3 Anak membuat pola batik di kain mori.



Gambar 6.4 Proses mencanting dengan pendampingan guru.



Gambar 6.5 Anak bagian packing sedang mengemas produk.



Gambar 6.6 Anak administrasi mencatat hasil penjualan.



4. Dampak dan keberlanjutan program

Program kewirausahaan batik tulis di SLBN Taruna Mandiri telah memberikan banyak perubahan positif, baik bagi siswa, guru, maupun lingkungan sekolah. Yang awalnya hanya berupa kegiatan keterampilan di ruang praktik, kini tumbuh menjadi gerakan kewirausahaan yang nyata dan berkelanjutan.

a. Dampak bagi anak

Perubahan paling nyata terlihat dari sikap dan kepercayaan diri anak berkebutuhan khusus. Anak-anak yang dulu pemalu kini lebih berani menunjukkan hasil karyanya. Mereka merasa bangga ketika karya batiknya dipajang atau bahkan dibeli oleh orang lain, mulai para guru, orang tua di sekolah, tamu yang datang ke sekolah, bahkan para pejabat negeri.

Bagi anak dengan hambatan intelektual, kegiatan seperti melipat kain, menempel label, dan mencatat hasil penjualan menjadi latihan konsisten yang meningkatkan kemandirian serta kemampuan bekerja sesuai instruksi. Selain itu, anak belajar bekerja dalam tim, memahami peran masing-masing, dan menghargai proses dari awal hingga akhir. Nilai-nilai seperti kerja keras, disiplin, dan tanggung jawab kini tumbuh alami melalui kegiatan sehari-hari mereka di bengkel kerja batik.

“Senangnya waktu batikku dibeli orang, aku bantu melipat kainnya,” ujar salah satu anak dengan wajah berbinar. Kalimat itu adalah sebuah kalimat sederhana, tetapi penuh makna bagi semua guru yang menyaksikan proses ini.

b. Dampak bagi guru dan sekolah

Bagi para guru, kegiatan ini menjadi pengalaman baru dalam mengelola pembelajaran berbasis proyek nyata. Guru belajar memadukan *pembelajaran* vokasional dengan pengelolaan usaha sederhana yang disesuaikan dengan karakteristik setiap anak berkebutuhan khusus. Kolaborasi dengan pabrik batik lokal juga memberikan wawasan baru tentang teknik produksi dan strategi pemasaran yang lebih efektif.

Sekolah pun kini dikenal sebagai salah satu contoh praktik baik pengembangan kewirausahaan inklusif, terutama karena berhasil memadukan



keaktivitas anak dengan sistem manajemen yang terencana. Batik tulis SLBN Taruna Mandiri bahkan sudah memiliki hak cipta (HAKI), yang menjadi bukti bahwa karya anak berkebutuhan khusus memiliki nilai ekonomi dan pengakuan hukum.

c. Dampak bagi masyarakat dan mitra

Masyarakat sekitar mulai melihat bahwa anak berkebutuhan khusus bukan hanya penerima bantuan, melainkan juga pencipta karya yang bernilai jual. Kolaborasi dengan pabrik batik lokal membuka ruang sosial baru, dengan pelaku usaha dan sekolah saling mendukung.

Mitra usaha membantu dalam hal bahan baku dan pelatihan, sementara sekolah memberi inspirasi tentang arti kesabaran, semangat, dan inklusivitas. Dari yang awalnya sekadar kerja sama, hubungan sekolah dengan mitra kini tumbuh menjadi bentuk kemitraan yang saling menghargai dan saling belajar.

d. Keberlanjutan program

Kegiatan ini dirancang bukan sebagai proyek sesaat, tetapi sebagai program berkelanjutan yang menjadi bagian dari kurikulum vokasional sekolah. Untuk menjaga keberlanjutan, sekolah telah melakukan beberapa langkah strategis:

- 1) menetapkan batik tulis sebagai produk unggulan sekolah dan menjadikannya bagian tetap dari pembelajaran keterampilan;
- 2) membentuk koperasi mini sekolah yang mengatur sistem pencatatan keuangan sederhana dan pembagian hasil;
- 3) mengembangkan penjualan daring (*online*) melalui media sosial dan *marketplace* lokal agar produk batik bisa menjangkau pasar lebih luas;
- 4) melibatkan guru, orang tua, dan masyarakat dalam kegiatan promosi, agar dukungan terus mengalir dari lingkungan sekitar,
- 5) menjalin kerja sama lanjutan dengan mitra batik lokal untuk pelatihan rutin dan inovasi motif baru yang sesuai tren pasar.

Kini, semangat kewirausahaan di SLBN Taruna Mandiri tidak hanya menjadi bagian dari pembelajaran, tetapi telah menjadi identitas sekolah. Anak-anak berkebutuhan khusus di sini tumbuh bukan sekadar sebagai



pembelajar, melainkan juga sebagai pencipta karya yang bermakna bagi diri mereka dan orang lain.

Dari setiap tetesan malam, guratan canting, hingga lipatan kain batik yang rapi, semua menyimpan kisah perjuangan, cinta, dan harapan. SLBN Taruna Mandiri membuktikan bahwa kewirausahaan inklusif bukan mimpi, melainkan kenyataan yang bisa diraih bersama.



Gambar 6.7 Anak dan guru menampilkan produk batik dalam kegiatan sekolah

5. Kesimpulan dan rencana lanjutan

a. Kesimpulan

Program kewirausahaan batik tulis di SLBN Taruna Mandiri telah menjadi bukti nyata bahwa pendidikan vokasional bagi anak berkebutuhan khusus dapat dikembangkan menjadi kegiatan yang produktif, berdaya guna, dan membanggakan. Dari kegiatan sederhana di ruang keterampilan, kini sekolah berhasil melahirkan produk batik tulis berhak cipta yang tidak hanya memiliki nilai estetika, tetapi juga nilai ekonomi dan sosial.

Melalui pembelajaran berbasis praktik langsung, anak belajar lebih dari sekadar teknik membatik. Mereka belajar disiplin, kerja sama, tanggung jawab, hingga kepercayaan diri dalam menunjukkan kemampuan. Guru pun tidak



hanya berperan sebagai pengajar, tetapi juga sebagai pendamping kreatif yang menumbuhkan jiwa wirausaha dan kemandirian siswa.

Dukungan dari masyarakat dan kerja sama dengan pabrik batik lokal turut memperkuat posisi sekolah sebagai pelopor gerakan kewirausahaan inklusif yang berkelanjutan. Keberhasilan ini menjadi inspirasi bahwa dengan semangat, kolaborasi, dan kepedulian, anak-anak berkebutuhan khusus mampu menghasilkan karya yang diakui dan bernilai tinggi. Batik Tulis Taruna Mandiri bukan sekadar kain, melainkan simbol kemandirian, ketekunan, dan harapan masa depan yang lebih cerah.

b. Rencana tindak lanjut

Untuk menjaga keberlanjutan dan memperluas dampak program, SLBN Taruna Mandiri telah menyusun beberapa langkah strategis sebagai tindak lanjut dari praktik baik ini.

- 1) Penguatan produksi dan inovasi desain
 - a) Mengembangkan variasi motif dan warna batik agar lebih adaptif terhadap selera pasar.
 - b) Melibatkan anak berkebutuhan khusus baru dalam pelatihan dasar membatik sehingga regenerasi keterampilan tetap terjaga.
- 2) Peningkatan kapasitas guru dan tim kewirausahaan
 - a) Memberikan pelatihan lanjutan bagi guru dan anak berkebutuhan khusus tentang manajemen usaha, pemasaran digital, serta pelayanan pelanggan.
 - b) Mengadakan lokakarya bersama pelaku UMKM dan pabrik batik lokal.
- 3) Pengembangan sistem pemasaran digital
 - a) Membuat akun media sosial khusus untuk promosi produk batik sekolah.
 - b) Menjalin kerja sama dengan platform *e-commerce* lokal agar produk lebih mudah dijangkau masyarakat luas.



- 4) Pembentukan galeri mini batik tulis Taruna Mandiri
 - a) Membuat ruang pajang khusus di lingkungan sekolah sebagai tempat pameran karya anak.
 - b) Menjadikan galeri ini sebagai sarana edukasi bagi tamu, anak berkebutuhan khusus lainnya, dan masyarakat umum untuk mengenal lebih dekat proses batik tulis karya anak-anak SLBN Taruna Mandiri.
- 5) Perluasan kemitraan dan jaringan
 - a) Melanjutkan kerja sama dengan pabrik batik lokal dan menjajaki kolaborasi dengan dinas perindustrian setempat dan UMKM.
 - b) Menjalin kemitraan dengan sekolah lain agar dapat berbagi pengalaman praktik baik kewirausahaan inklusif.

“Kami percaya bahwa setiap goresan malam di kain batik bukan sekadar karya seni, melainkan jejak perjuangan dan bukti bahwa kemandirian bisa diajarkan, diasah, dan diwujudkan.”



Gambar 6.8 Tim kewirausahaan batik sekolah bersama guru pembimbing dan kepala sekolah di ruang pameran mini.



6. Contoh pembukuan

PEMBUKUAN VOKASIONAL MEMBATIK
TA 2024/2025
SLBN TARUNA MANDIRI

No	Tanggal	Nama Kegiatan	Pemasukan	Pengeluaran	Saldo	Keterangan
1	07/12/2023	P5	Rp140.000,00	Kudapan+ minum (3 siswa) Rp45.000,00	Rp95.000,00	Taplak 1 @ Rp60.000,00 Slayer 2 @ Rp25.000,00 Dompot batik 2 @ Rp15.000,00
2	17/01/2024			Rp17.000,00	Rp78.000,00	Terminal listrik
3	16/02/2024			Rp25.000,00	Rp53.000,00	Robbys (neci)
4	17/04/2024			Rp52.000,00	Rp1.000,00	Buku sketsa A4 Rp25.000,00 Gunting @ Rp12.000,00 Cutter @ Rp15.000,00
5	14/03/2024	Pembelajaran	Rp70.000,00		Rp71.000,00	Taplak batik tulis
6	30- 31/08/2024	Pameran di J&J	Rp130.000,00	Rp20.000,00	Rp201.000,00 Rp181.000,00	Jajan Arvan
7	16/11/2024			Rp31.000,00	Rp150.000,00	Pensil 5B, kertas roti 1 gulung
8	04/02/2025	Pembelajaran	Rp150.000,00		Rp300.000,00	Tas batik tulis



9	25/02/2025			Rp230.000,00	Rp70.000,00	Pewarnaan batik tulis muning cermai dan taplak 2 (1 dipakai di ruang kepek), sisa 1
10	03/03/2025	Penjualan 1 kain batik tulis	Rp250.000,00	Rp25.500,00	Rp350.000,00 Rp324.500,00	Kain batik tulis muning cermai (Ibu Kokoy) Susu 3 dan roti
11	07/05/2025	Penjualan 1 kain batik tulis	Rp500.000,00		Rp824.500,00	Pak Lutfi (batik muning cermai)
12	17/05/2025			Rp102.000,00	Rp722.500,00	Gawangan paralon 1 pipa power ½ @ Rp30.000,00 1 Pipa Panjang ½ @ Rp10.000,00 8 Keni ½ @ Rp24.000,00 4 Tee ½ @ Rp28.000,00 Tip @ Rp10.000,00
13	02/06/2025	Penjualan 1 batik tulis	Rp500.000,00		Rp1.222.500,00	Ibu Sari (batik muning cermai)



14	10/06/2025		Rp400.000,00		Rp822.500,00	Pewarnaan 2 kain ke Nisya Batik
16	11/06/2025			Rp108.500,00	Rp714.000,00	Konsumsi (4 boks + ongkir)
17	07/07/2025	Penjualan 7 batik tulis	Rp700.000,00		Rp1.414.000,00	Pak Cahyana, Pak Hermanto, Bu Marlinda, Bu Tuti, Bu Indri, Pak Redy, Pak Lutfi (7 orang)
18	23/07/2025	Penjualan batik tulis	Rp300.000,00		Rp1.614.000,00	Bu Elisa, Bu Elsa, Bu Tri

PEMBUKUAN VOKASIONAL MEMBATIK
TA 2025/2026
SLBN TARUNA MANDIRI

No	Tanggal	Nama Kegiatan	Pemasukan	Pengeluaran	Saldo	Keterangan
		Sisa Saldo			Rp1.614.000,00	
1	14/08/2025	Kunjungan anggota DPR RI Bpk. Rokhmat	Rp1.000.000,00		Rp2.614.000,00	
2	17/09/2025	Pembelajaran	Rp300.000,00		Rp3.114.000,00	
3	26/09/2025	Kementerian Agama	Rp200.000,00			
4	20/10/2025			Rp1.400.000,00		Canting cap
				Rp700.000,00		Pewarnaan 4 kain



B. Praktik Baik Wirausaha di Sekolah Inklusif dengan Metode Pemasaran Digital dan Konvensional

1. Latar belakang

SMK Budi Mulya 2, di bawah pembinaan kepala sekolah lulusan Pendidikan Tata Boga Universitas Negeri Yogyakarta (UNY), selama bertahun-tahun mengembangkan berbagai bidang vokasi mulai dari tata boga, pengolahan makanan, kerajinan tangan, hingga pemasaran. Namun, muncul satu pertanyaan besar: “Setelah anak menghasilkan produk, mau di kemana hasilnya?” Pertanyaan ini menjadi pemantik lahirnya Tim Kewirausahaan Inklusif di sekolah. Para guru menyadari bahwa

- a. produk anak hanya dipamerkan saat bazar, tetapi tidak berkelanjutan,
- b. banyak anak berkebutuhan khusus yang sebenarnya punya potensi besar, tetapi belum memiliki jalur pemasaran yang berkelanjutan,
- c. orang tua membutuhkan sebuah sistem yang memungkinkan usaha kecil siswa dapat dijalankan dari rumah,
- d. sekolah perlu menyediakan wadah pemasaran harian, bukan hanya untuk acara tertentu.

Dari pemikiran itu, sekolah membangun ekosistem kewirausahaan inklusif yang menghadirkan pengalaman berwirausaha nyata bagi siswa berkebutuhan khusus secara bertahap, terstruktur, dan dapat dimodifikasi sesuai kemampuan. Ekosistem tersebut mencakup

- a. gerai penjualan harian untuk anak berkebutuhan khusus, dengan produk seperti roti, kue, mug *custom*, manik-manik, dan makanan siap santap;
- b. on the job training (OJT) inklusif, yaitu siswa berkebutuhan khusus ditempatkan pada unit katering sekolah yang memproduksi ± 3.000 kotak makanan setiap hari;



- c. proyek wirausaha per semester, yang menggunakan *jobsheet* sederhana berisi rencana bisnis mini, *flyer*, harga produk, hingga laporan penjualan;
- d. kolaborasi erat dengan orang tua, yang kemudian menjadi mitra pemasaran dan advokasi bagi karya anak;
- e. integrasi pemasaran digital melalui WhatsApp Business, Shopee Food, dan Instagram sekolah.

Perubahan ini menciptakan suasana sekolah yang hidup, produktif, dan inklusif. Setiap hari, siswa tidak hanya belajar membuat produk, tetapi juga memahami bagaimana produk itu sampai ke tangan pembeli.



Gambar 6.9 Anak membuat minuman untuk dijual



2. Tujuan dan manfaat program

a. Tujuan

Program kewirausahaan inklusif di SMK Budi Mulya 2 dirancang untuk mencapai beberapa tujuan strategis:

- 1) mengembangkan keterampilan vokasional siswa berkebutuhan khusus di bidang kuliner, kerajinan, dan pemasaran;
- 2) menumbuhkan kemandirian, kepercayaan diri, serta rasa tanggung jawab melalui aktivitas nyata;
- 3) menyediakan jalur pemasaran berkelanjutan, tidak hanya saat bazar;
- 4) memperkuat keterlibatan orang tua sebagai mitra usaha anak;
- 5) membangun jejaring pemasaran berbasis digital dan konvensional;
- 6) meningkatkan citra sekolah sebagai lembaga pendidikan inklusif yang produktif.

b. Manfaat

Kebermanfaatan program kewirausahaan inklusif di sekolah tersebut adalah

- 1) produk siswa dapat dikenal dan dibeli secara rutin;
- 2) siswa memperoleh pengalaman sosial dan profesional yang nyata;
- 3) lingkungan sekolah menjadi lebih menghargai keberagaman kemampuan;
- 4) orang tua menjadi bagian dari sistem pendukung pembelajaran.

3. Proses pelaksanaan (langkah-langkah praktik)

Program kewirausahaan untuk anak berkebutuhan khusus dilakukan melalui beberapa tahap.

a. Persiapan awal

- 1) Guru memetakan minat dan kemampuan setiap siswa berkebutuhan khusus melalui observasi, wawancara, dan asesmen sederhana.
- 2) Berdasarkan hasil asesmen, siswa diarahkan ke peran yang paling sesuai, seperti



- a) produksi makanan (*mixing*, dekorasi, mencetak adonan)
 - b) pengemasan (melipat boks, menempel label, membungkus dengan plastik)
 - c) penjualan (melayani pembeli, menyapa, menawarkan produk)
 - d) administrasi sederhana (mencatat pesanan, menempel harga, menghitung stok)
- 3) Guru menyusun *jobsheet* visual berisi gambar langkah kerja, *checklist*, dan kode warna.
 - 4) Orang tua diberi pengarahan agar memahami peran mereka sebagai tim pemasaran rumah.

b. Proses pembelajaran dan produksi

Kegiatan praktik dilakukan setiap hari pukul 07.00–15.30. Langkah-langkah kegiatannya adalah sebagai berikut.

1) Menentukan produk

Siswa memilih produk sesuai minat:

- roti dan *pastry* sederhana,
- kue basah,
- makanan siap santap,
- mug *custom*,
- dompet kain dan aksesoris kerajinan.

2) Produksi

Kegiatan produksi disesuaikan dengan kemampuan:

- siswa dengan motorik baik mengerjakan *mixing*, mendekorasi, atau memotong kue;
- siswa dengan hambatan motorik kasar diberi peran menempel label, memasukkan produk, dan menyusun kemasan.

3) Penetapan harga

Dengan bantuan *jobsheet* visual, siswa belajar

- memahami konsep harga pokok dan laba kecil,
- menentukan harga jual sesuai standar sekolah.



4) Pembuatan flyer

Guru mendampingi siswa dalam pembuatan flyer digital sederhana.

5) Penjualan

Produk dijual melalui

- a) gerai ABK di sekolah,
- b) pre-order WhatsApp,
- d) Shopee Food (dikelola orang tua dengan dukungan sekolah),
- e) pameran sekolah atau event eksternal sekolah.



Gambar 6.10 Anak membuat roti untuk dijual.



c. Pembentukan tim wirausaha inklusif

Sekolah membentuk tim yang terdiri atas beberapa unit kerja.

1) Tim produksi

Membuat roti, kue, atau kerajinan sesuai pesanan.

2) Tim pengemasan

Mengemas produk, menempel label harga, dan memastikan kerapian.

3) Tim administrasi

Mencatat pemesanan, stok, serta transaksi sederhana.

4) Tim promosi

Mengambil foto, membuat *caption* pendek, dan mengunggah konten di media sosial.



Gambar 6.11 Anak menulis resep.

d. Evaluasi dan pengembangan

Setiap akhir semester, guru melakukan evaluasi berikut:

1) mengevaluasi perkembangan keterampilan tiap siswa;

2) memodifikasi *jobsheet* agar semakin mudah dipahami;

3) memperkuat koordinasi dengan orang tua;

4) mengembangkan strategi pemasaran lebih luas (misalnya, titip jual ke UMKM sekitar).



4. Dampak dan keberlanjutan program

a. Dampak bagi siswa

- 1) Kepercayaan diri meningkat signifikan.
- 2) Anak autisme lebih mampu berinteraksi sosial saat melayani pembeli.
- 3) Anak ADHD lebih fokus saat *packing* secara berulang.
- 4) Siswa *slow learner* mulai memahami transaksi sederhana.
- 5) Anak *down syndrome* mengalami peningkatan motorik dan disiplin.



Gambar 6.12 Anak sudah mandiri dalam berkarya.

b. Dampak bagi guru

- 1) Guru menjadi lebih kreatif dalam diferensiasi pembelajaran.
- 2) Kolaborasi antarguru (boga, PPK, pemasaran) semakin kuat.
- 3) Guru terbiasa menyusun kurikulum yang adaptif untuk siswa berkebutuhan khusus.



c. Dampak bagi orang tua dan lingkungan

- 1) Orang tua berperan sebagai mitra pemasaran dan motivator anak.
- 2) Lingkungan sekolah semakin menerima anak berkebutuhan khusus secara positif.
- 3) Produk siswa mulai diminati tamu luar, dinas, dan masyarakat.

d. Keberlanjutan program

Program dijaga melalui

- 1) gerai ABK yang buka setiap hari,
- 2) sistem pre-order ramah anak berkebutuhan khusus,
- 3) integrasi pemasaran digital seperti Shopee Food dan Instagram sekolah,
- 4) pelatihan wirausaha orang tua dan guru setiap semester,
- 5) rencana pembukaan Galeri Karya Anak Berkebutuhan Khusus sebagai pusat pemasaran tetap.



Gambar 6.13 Tampilan konter yang memajang hasil karya anak untuk dijual.



C. Peran Guru, Keluarga, dan Lingkungan

Keberhasilan anak dalam berwirausaha tidak mungkin terjadi tanpa dukungan tiga pilar utama: guru, keluarga, dan lingkungan (Sugiyono, 2017).

1. Peran guru

Guru berperan sebagai fasilitator pembelajaran digital, pendamping kreatif, sekaligus pemberi ruang ekspresi. Guru memperkenalkan platform digital secara bertahap, membantu menulis *caption*, membimbing siswa dalam menentukan harga, hingga membimbing pendesainan logo. Guru juga memberi kebebasan agar anak mengekspresikan identitas dirinya dalam produk.

Contoh: Guru mendampingi Rinjani membuat jadwal unggahan dengan kode warna sehingga setiap hari ada konten baru sesuai peran anak.



Gambar 6.14 Guru mendampingi Rinjani di depan papan tulis digital, membuat jadwal unggahan dengan kode warna. Rinjani tersenyum sambil menandai kalender di laptop.

2. Peran keluarga

Keluarga mendukung anak di rumah dengan menyediakan bahan, membeli produk pertama, serta membantu operasional teknis. Dukungan keluarga menumbuhkan rasa percaya diri bahwa karya anak dihargai.



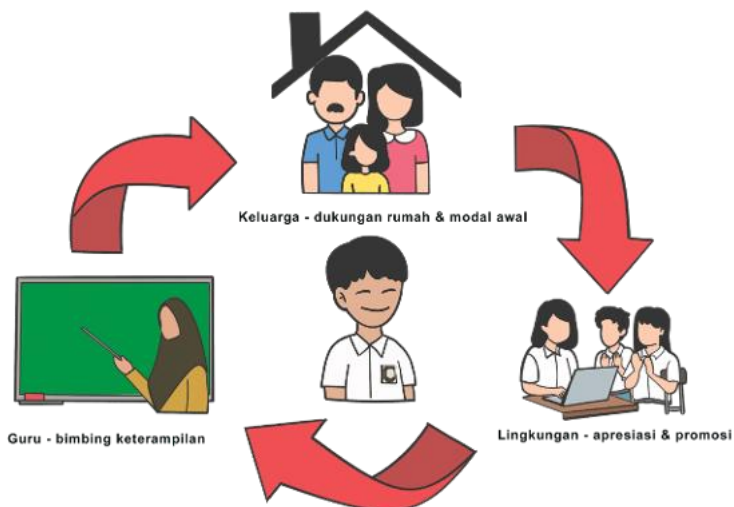


Gambar 6.15 Ibu Nuca memakai bros buatan anaknya saat acara keluarga.

Contoh: Ibu Nuca memakai bros buatan putrinya ke acara keluarga, lalu menceritakan dengan bangga bahwa itu karya anaknya.

3. Peran lingkungan

Teman sebaya memberi testimoni positif, komunitas sekolah menyelenggarakan pameran, dan komunitas digital memperluas jaringan promosi. Sinergi ketiga elemen ini memperkuat posisi anak dalam berwirausaha (Wahyudi, 2022).



Gambar 6.16 Bagan Sinergi Dukungan ABK Berwirausaha

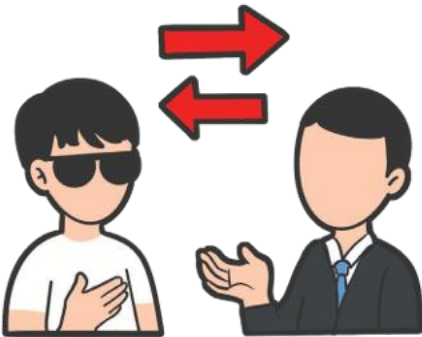




Kolaboratif



Apresiasi



Pembelajaran dua arah



Jaringan inklusif

Gambar 6.17 Diagram Peran Lingkungan



D. Hubungan Anak Berkebutuhan Khusus dengan Pelaku Usaha Lain

Anak yang aktif berwirausaha digital mulai membentuk hubungan sosial-profesional dengan pelaku usaha lain. Relasi ini ditandai dengan karakteristik berikut.

1. Kolaboratif, bukan kompetitif: Kanawa diajak bekerja sama oleh komunitas desain lokal untuk membuat poster.
2. Apresiatif: komentar positif di platform jualan digital membuat anak makin percaya diri.
3. Pembelajaran dua arah: anak belajar manajemen bisnis, sementara pelaku usaha belajar *branding* inklusif.
4. Jaringan inklusif: komunitas digital terbentuk, yang saling mendukung dengan empati.





Penutup

Wirausaha berbasis pemasaran digital bukan sekadar jalan ekonomi, melainkan wadah ekspresi dan pemberdayaan anak berkebutuhan khusus. Kesuksesan mereka tidak hanya diukur dari keuntungan finansial, tetapi dari bagaimana mereka bisa dikenali, dihargai, dan diterima oleh dunia. Dukungan guru, keluarga, lingkungan, dan hubungan baik dengan pelaku usaha lain menjadikan wirausaha ini inklusif dan berkelanjutan (Astuti, 2021; Wahyudi, 2022).

Koka menutup dengan narasi: ***“Dunia digital membuat kami turut hadir. Kami bisa berkarya, berjualan, dan diterima. Inilah bukti bahwa setiap anak berhak punya panggung.”***



Gambar 6.18 Semua anak bangga bisa berkarya.





Glosarium

ABK (Anak Berkebutuhan Khusus)	:	Anak dengan kebutuhan pendidikan khusus akibat hambatan fisik, intelektual, emosional, sensorik, atau sosial.
Admin Konten	:	Peran dalam pemasaran digital yang bertugas menjadwalkan, mengunggah, dan mengelola interaksi di platform.
Analisis SWOT	:	Metode menilai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam sebuah usaha.
Asesmen Potensi Anak	:	Proses observasi, wawancara, tes praktik, dan pemetaan minat anak untuk menentukan peran dalam kewirausahaan.
Branding	:	Upaya membangun citra, identitas, dan keunikan produk agar mudah dikenali.
Differentiated Instruction	:	Pembelajaran berdiferensiasi, menyesuaikan peran/tugas sesuai potensi dan karakter anak.
Digital Marketing (Pemasaran Digital)	:	Pemasaran produk/jasa melalui media internet dan platform digital (media sosial, marketplace).
E-commerce	:	Sistem transaksi jual-beli produk melalui platform digital.
Inklusi	:	Pendidikan atau usaha yang memberi ruang setara bagi semua anak tanpa diskriminasi.



Kemasan (<i>Packaging</i>)	:	Wadah sekaligus media promosi produk yang dilengkapi label, logo, dan informasi singkat.
Kewirausahaan Inklusif	:	Konsep wirausaha yang melibatkan anak berkebutuhan khusus dalam produksi, promosi, hingga penjualan.
Kolaborasi Komunitas	:	Sinergi antara sekolah, keluarga, UMKM, dan masyarakat untuk mendukung usaha ABK.
Logo	:	Simbol visual identitas produk, bisa berupa gambar, warna, atau inisial yang sederhana.
Media Sosial	:	Platform digital (Instagram, TikTok, WhatsApp Business, dsb.) yang digunakan untuk promosi dan interaksi dengan konsumen.
Pangsa Pasar	:	Bagian konsumen potensial yang ditargetkan untuk membeli produk.
Penguatan Positif (<i>Positive Reinforcement</i>)	:	Strategi memberi apresiasi (pujian, stiker, tepuk tangan) agar anak termotivasi.
<i>Project-Based Learning</i> (PjBL)	:	Model pembelajaran berbasis proyek nyata dengan produk/jasa yang bisa dipasarkan.
<i>Storytelling Digital</i>	:	Teknik promosi dengan narasi atau cerita personal yang memperkuat ikatan emosional dengan konsumen.
Teknologi Asistif	:	Alat bantu berbasis teknologi (screen reader, speech-to-text, braille digital) yang mendukung ABK belajar dan berwirausaha.
Testimoni	:	Ulasan atau komentar positif konsumen untuk meningkatkan kepercayaan publik terhadap produk.





Daftar Pustaka

- Astuti, P. (2022). *Pendidikan Kewirausahaan Inklusif di Sekolah Luar Biasa*. Jurnal Pendidikan Khusus.
- Astuti, S. (2021). *Strategi Pemasaran Digital untuk UMKM*. Prenada Media.
- CAST. (2018). *Universal design for learning guidelines version 2.2*. CAST. <https://udlguidelines.cast.org>
- Deiss, R. (2018). Marketing is No Longer about The Stuff You Make, But about The Stories You Tell [Conference presentation]. *Traffic & Conversion Summit 2018*, San Diego, CA.
- Direktorat Guru dan Tenaga Kependidikan Pendidikan Dasar dan Menengah. (2020). *Panduan Guru dalam Penguatan Kewirausahaan di Sekolah*.
- Direktorat Guru dan Tenaga Kependidikan Pendidikan Dasar dan Menengah, Kemendikbudristek. (2021). *Panduan Implementasi Sekolah Inklusif*.
- Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan. (2022). *Model Pengembangan Kewirausahaan di Sekolah Inklusif*.
- Giangreco, M. F., Suter, J. C., & Hurley, S. M. (2021). Revisiting Co-Teaching and Differentiated Instruction: Perspectives and Practices. *Remedial and Special Education*, 42(3), 145–156. <https://doi.org/10.1177/0741932520980067>
- Gunawan, I. (2015). *Pemberdayaan Ekonomi Penyandang Disabilitas melalui Pendekatan berbasis Komunitas*. Prenadamedia Group.
- Kasmir. (2016). *Studi Kelayakan Bisnis*. Kencana.
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. (2021). *Pedoman Implementasi Pendidikan Kewirausahaan di Sekolah*.



- Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi. (2020). *Profil Pendidikan Khusus dan Layanan Khusus di Indonesia*.
- Kominfo RI. (2021). *Literasi Digital Nasional*. <https://literasidigital.id>
- Kusuma, D. (2020). *Inovasi Pendidikan Inklusif di Era Digital*. Alfabeta.
- Kustawan, D. (2016). *Pendidikan Inklusif dan Implementasinya di Indonesia*. Bumi Aksara.
- Maulana, I. (2023). Produk sosial dengan nilai cerita personal mampu menembus pasar karena menyentuh emosi pembeli [Kutipan pernyataan].
- Masterson, L., Thomas-Brown, K., & Murray, C. (2023). Inclusive Instructional Strategies in Digital Learning Environments. *Journal of Special Education Technology*, 38(2), 87–102. <https://doi.org/10.1177/0162643422112954>
- Microsoft & OpenAI. (2023). *Be My AI: Accessibility innovation for people with vision impairment*. Microsoft AI for Accessibility.
- Neil Patel. (2018). *Why Digital Marketing is Critical in Today's World*. NeilPatel.com. <https://neilpatel.com>
- Organisation for Economic Co-operation and Development. (2019). *Inclusive Entrepreneurship Policies: OECD Report 2019*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/9789264315819-en>
- Prastowo, A. (2019). *Panduan Pengembangan Kreativitas Anak Berkebutuhan Khusus*. Pustaka Pelajar.
- Rahardjo, B. (2020). Digitalisasi dan Peluang Pasar UMKM Disabilitas. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 5(1), 23–34.
- Randall, C., Smith, J., & Torres, P. (2024). Assistive technology and inclusive entrepreneurship: Opportunities and limitations. *Journal of Disability and Technology*, 15(1), 23–41. <https://doi.org/10.1177/1940844723112345>
- Santoso, H. (2019). *Masyarakat Inklusif dan Penguatan Peran Komunitas dalam Pendidikan*. Pustaka Pelajar.

- Somantri, T. (2020). *Pendidikan Anak Berkebutuhan Khusus di Indonesia*. UPI Press.
- Subagyo. (2019). Kewirausahaan Inklusif di Indonesia. *Jurnal Kewirausahaan*, 8(2), 45–56.
- Sugiyono. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan*. Alfabeta.
- UNESCO International Bureau of Education. (2024). *Inclusive Education and Skills for Entrepreneurship*. UNESCO-IBE. <https://unesdoc.unesco.org>
- Wahyudi, T. (2022). *Digital Marketing untuk Pemula*. Kompas Gramedia.
- Wang, Y., Chen, L., & Lee, H. (2023). Co-teaching in Inclusive Classrooms: Evidence from Digital-based Differentiated Instruction. *International Journal of Inclusive Education*, 27(5), 620–638. <https://doi.org/10.1080/13603116.2021.1968507>
- Wehmeyer, M. L. (2019). Strengths-based Approaches to Promoting Self-determination in Students with Disabilities. *Remedial and Special Education*, 40(1), 17–23. <https://doi.org/10.1177/0741932518802275>
- Wehmeyer, M. L., & Shogren, K. A. (2020). *Self-determination and Student Transitions in Inclusive Education* (2nd ed.). Springer.
- Yuliana, T. (2023). Segmentasi pasar yang tepat memungkinkan bahkan pengusaha pemula, termasuk dari kelompok peserta didik berkebutuhan khusus, untuk memaksimalkan potensi penjualannya di media digital [Kutipan pernyataan].





Indeks

A

ABK (Anak Berkebutuhan Khusus) – Bab I, II, III, IV, V, VI

Admin & Jadwal Konten – Bab I, III, IV, VI

Analisis SWOT – Bab II

Asesmen Potensi Anak – Bab I, II

B

Bazar Sekolah – Bab I, II

Branding & Identitas Produk – Bab II, III, IV

D

Differentiated Instruction – Bab I

Digital Marketing / Pemasaran Digital – Bab III, IV, V, VI

E

E-commerce / Marketplace – Bab III, IV, V

I

Inklusi / Kewirausahaan Inklusif – Bab I, II, III, IV, V, VI

K

Kemasan (Packaging) – Bab III, IV

Kolaborasi Guru–Keluarga–Lingkungan – Bab I, II, VI

L

Logo Produk – Bab III, IV

M

Media Sosial (Instagram, TikTok, WhatsApp Business) – Bab II, III, IV, V, VI

N

Nama Produk – Bab III

P

Pangsa Pasar – Bab II

Pelatihan & Pendampingan – Bab I, II, IV, VI

Penguatan Positif – Bab I

Peran Guru – Bab I, II, VI

Praktik Baik (Inspirasi Wirausaha ABK) – Bab VI

Produk Kreatif ABK (bros, tote bag, sabun handmade, stiker) – Bab I, II, III, IV, V, VI

Project-Based Learning (PjBL) – Bab I, IV, V

S

Storytelling & Testimoni – Bab III, IV, VI

Strategi Pemasaran – Bab II, III, IV, V

T

Teknologi Asistif – Bab I, IV, V

Tokoh Ilustratif (Koka, Nuca, Kanawa, Buna, Rinjani) – Bab I, II, III, IV, V, VI





Profil Pelaku Perbukuan

Dhea Intan Kusumawardhani

✉ dheaintan90.dik@gmail.com



Penulis

Dhea Intan Kusumawardhani, M.Pd. merupakan pendidik profesional di bidang pendidikan khusus dengan latar belakang akademik dari **Universitas Pendidikan Indonesia**, tempat ia menyelesaikan studi **S1 dan S2** pada bidang pendidikan luar biasa. Pendidikan tersebut menjadi dasar bagi pekerjaannya dalam mendampingi peserta didik berkebutuhan khusus dengan pendekatan yang terstruktur dan sesuai kebutuhan.

Ia memiliki pengalaman kerja dalam pengembangan layanan bagi peserta didik berkebutuhan khusus. Saat ini, beliau bertugas sebagai guru di **SLBN Taruna Mandiri** sejak tahun **2022** hingga sekarang. Sebelumnya, beliau mengabdikan selama sepuluh tahun di **SLBN B Garut (2012–2022)**, sebuah pengalaman yang memperkuat kompetensinya dalam memberikan layanan pendidikan kewirausahaan untuk anak berkebutuhan khusus.

Selain kiprah di bidang pendidikan formal, beliau juga pernah berpraktik sebagai **terapis anak berkebutuhan khusus di Bandung**, sehingga memiliki pemahaman komprehensif terkait karakteristik, kebutuhan individual, serta pendekatan intervensi yang sesuai. Pengalaman tersebut menjadi fondasi penting dalam penyusunan program kewirausahaan yang ramah, terstruktur, dan berbasis kemampuan nyata peserta didik.

Di luar tugas akademik, beliau memiliki keahlian dalam **pengelolaan media sosial dan strategi pemasaran**, yang kerap diterapkan untuk mendukung publikasi karya siswa maupun kegiatan sekolah. Hobi beliau dalam **media visual dan penyuntingan video** turut memperkaya kreativitas dalam pengembangan materi ajar dan dokumentasi pembelajaran.

Melalui buku ini, beliau berkomitmen memberikan kontribusi dalam memajukan praktik kewirausahaan yang inklusif serta mendorong peningkatan kemandirian peserta didik berkebutuhan khusus.





Penulis

Sarah Fauzia

✉ ibunsarahfauzia@gmail.com

Sarah Fauzia adalah seorang penulis buku anak dan praktisi pendidikan khusus yang memiliki perhatian mendalam terhadap isu inklusivitas, literasi anak, dan pengembangan karakter melalui karya tulis. Dengan latar belakang pendidikan khusus dan pengalaman profesional yang beragam, Sarah konsisten menghadirkan karya-karya yang tidak hanya ramah anak, tetapi juga sarat nilai empati, keberagaman, dan keadilan sosial.

Saat ini, Sarah Fauzia menjabat sebagai Komisaris di PT Mimpi Masa Kecil sejak tahun 2025 hingga sekarang. Dalam peran ini, ia terlibat aktif dalam pengembangan strategi perusahaan yang berfokus pada dunia anak dan keluarga. Sebelumnya, pada tahun 2024, ia juga mengemban amanah sebagai Chief Product Officer (CPO) di Arasy Publishing, di mana ia berperan penting dalam pengembangan konten, kurasi naskah, serta penguatan identitas produk buku anak berbasis nilai keislaman dan literasi dini. Pengalaman profesionalnya juga mencakup peran sebagai Tenaga Ahli di Panti Sosial Bina Rungu Wicara Cahaya Bathin DKI Jakarta pada periode 2019–2020, yang semakin memperkuat pemahamannya terhadap kebutuhan anak-anak dengan hambatan pendengaran dan komunikasi.

Secara akademik, Sarah Fauzia menyelesaikan pendidikan Sarjana (S1) Pendidikan Khusus dengan spesialisasi Tunarungu pada tahun 2018. Latar belakang pendidikan ini menjadi fondasi kuat dalam proses kreatif dan pendekatan penulisannya, khususnya dalam menciptakan



cerita yang inklusif, mudah dipahami, dan sensitif terhadap keberagaman kemampuan anak.

Bidang keahlian Sarah meliputi penulisan buku, pengelolaan perusahaan, serta pemberian pelatihan menulis buku anak bagi berbagai kalangan. Ia kerap terlibat dalam kegiatan literasi dan pendampingan penulis, baik secara formal maupun komunitas, dengan tujuan memperluas ekosistem buku anak yang berkualitas dan berpihak pada kepentingan terbaik anak.

Rekam jejak karya tulis Sarah Fauzia menunjukkan produktivitas dan konsistensi yang kuat. Karyanya antara lain *Tarian Sunyi* (Let's Read, 2021), *Pantai untuk Semua* dan *Naik-Naik ke Puncak Bukit* (Kemdikbud, 2022), serta *Adiiiiik! - Main Bersama Kakak? Asyiiik!* (Alkindi Kids, 2022). Pada tahun-tahun berikutnya, ia terus menghasilkan berbagai judul penting seperti *Bermain di Subak*, *Labi Percaya Diri*, *Komik Penglipuran*, *Palestina*, *Negeri yang Takkan Hilang*, hingga berbagai seri edukatif dan religius bersama Arasy dan seri *Stop Bullying* Paperish. Tahun 2025, ia menerbitkan karya-karya bersama Kemendikdasmen. Ia juga menulis buku bersama Childreams Studio, antara lain *Mencari Arah Kiblat*, *Puasa di Berbagai Negara*, dan *Zakat untuk Para Pejuang*.

Melalui karya dan kiprahnya, Sarah Fauzia berkomitmen untuk terus berkontribusi dalam penguatan literasi anak Indonesia, menghadirkan cerita yang bermakna, serta membuka ruang inklusi bagi semua anak untuk tumbuh, belajar, dan bermimpi.



Sukinah



Dr. Sukinah, S.Pd., M.Pd. adalah dosen pada Program Studi Pendidikan Luar Biasa, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Yogyakarta, dengan fokus keahlian pada Pendidikan Anak Autis dan Pendidikan Inklusif. Ia menyelesaikan pendidikan S1 Pendidikan Khusus di IKIP Negeri Yogyakarta, kemudian melanjutkan studi Magister dan Doktor Pendidikan Khusus di Universitas Pendidikan Indonesia (UPI) Bandung.

Sebagai akademisi dan praktisi, Dr. Sukinah telah aktif mendampingi penyelenggaraan layanan pendidikan bagi anak berkebutuhan khusus di berbagai sekolah luar biasa (SLB) dan sekolah inklusif. Beliau juga menjadi konsultan bidang pendidikan khusus pada Dinas Pendidikan (Dikpora) DIY melalui kerja sama dengan Pusat Layanan Autis DIY. Pada tahun 1999, ia mendirikan Yayasan Bina Anggita, sebuah lembaga yang berfokus pada layanan pendidikan dan intervensi bagi anak autis, dan hingga kini masih aktif sebagai pembina.

Sebagai peneliti, ia telah menghasilkan berbagai publikasi nasional dan internasional yang berfokus pada intervensi perilaku, pembelajaran adaptif, pendidikan inklusif, dan dukungan guru dalam menangani peserta didik berkebutuhan khusus. Beberapa publikasi terbarunya antara lain: “Alternative Teaching Behavior Management Strategies for Children with Autism: An Approach Based on Functional Behavioral Assessment”; “Teacher’s Understanding of Domestic Activity Daily Living for Children With Intellectual Disabilities”; “Handling Behavior Problems of Children With Special Educational Needs Based on Teacher Analysis, Journal of Education and Learning (EduLearn)”; “The Effectiveness of Blended Learning Model Towards Learning Outcomes of Students’ Multiplication



Operations With Autism”; “Pengembangan Kompetensi Pedagogik Guru Sekolah Dasar dalam Pengelolaan Kelas Inklusif dengan Keberadaan PDBK”. Selain artikel ilmiah, Dr. Sukinah juga aktif menulis buku, di antaranya: “Intervensi Anak dengan Autism Spectrum Disorder (ASD), UNY Press”; “Memahami Anak dengan Autism Spectrum Disorder (ASD), UNY Press (2025)”; “Panduan Guru Pendidikan Khusus bagi Peserta Didik Autis Disertai Hambatan Intelektual, Pusat Perbukuan Kemendikbudristek (2022)”; “Menulis Tanpa Menangis, Pusat Perbukuan Kemendikbudristek (2023)”; “Buku Panduan Guru Menangani Perilaku Anak Autis, Pusat Perbukuan Kemendikdasmen (2024).

Dr. Sukinah juga dipercaya sebagai penelaah buku pada Pusat Perbukuan Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi. Beberapa buku sebagai penelaah antara lain: Inklusi Bukan Fantasi, Panduan Guru Pendidikan Khusus bagi Peserta Didik Autis Disertai Hambatan Intelektual, Berhitung Tanpa Bingung, Membaca Tanpa Air Mata, Menulis Tanpa Menangis, Penanganan Perilaku anak ASD (Progsus), E modul bagi anak dengan hambatan intelektual Dengan pengalaman lebih dari dua dekade di bidang pendidikan khusus, Dr. Sukinah terus berkomitmen untuk memperkuat praktik pendidikan inklusif, mengembangkan intervensi berbasis bukti bagi anak autis, dan mendukung guru dalam melaksanakan layanan pendidikan yang humanis dan berkeadilan.





Novia Restu Windayani



Novia Restu Windayani adalah dosen pada Program Studi **S1 Pendidikan Tata Rias, Universitas Negeri Surabaya (UNESA)** yang aktif mengembangkan pembelajaran vokasional dan teknologi pendidikan dalam bidang tata rias, kecantikan, serta kejuruan. Ia menyelesaikan pendidikan **S1 Pendidikan Tata Kecantikan di Universitas Negeri Semarang (UNNES)** dan melanjutkan studi **S2 Pendidikan Kejuruan di UNNES**.

Dalam aktivitas akademik, Novia terlibat dalam penelitian tentang desain pembelajaran kejuruan, pengembangan media ajar digital, teknologi asistif, inovasi bahan ajar kecantikan, hingga pengembangan pembelajaran berbasis proyek dan STEAM pada pendidikan vokasi. Publikasinya mencakup artikel jurnal nasional dan internasional, modul ajar, serta buku yang berorientasi pada peningkatan kompetensi peserta didik SMK dan mahasiswa pendidikan tata rias.

Kontribusinya dalam bidang **disabilitas** menjadi salah satu ciri khas pengabdianya. Ia aktif mengembangkan media pembelajaran adaptif bagi siswa berkebutuhan khusus, teknologi asistif sederhana untuk mendukung pembelajaran kecantikan bagi disabilitas sensorik, serta pelatihan kompetensi vokasional inklusif bagi pendidik dan instruktur. Atas kiprahnya, Novia memperoleh **Penghargaan Internasional dari Korea Selatan sebagai Outstanding Disability Instructor**, sebagai pengakuan atas dedikasi dalam pengembangan pendidikan inklusif dan teknologi bantu.

Melalui pengajaran, penelitian, dan pengabdian masyarakat, Novia Restu Windayani terus berkomitmen memperkuat kualitas pendidikan kejuruan dan mendorong terciptanya pembelajaran tata rias yang inovatif, inklusif, serta relevan dengan kebutuhan industri dan masyarakat.





Lia Apriliani



Lia Apriliani adalah seorang aparatur sipil negara yang sudah mengabdikan dirinya dalam dunia pendidikan selama bertahun-tahun.

Penelaah





Editor

Silva Tenrisara Pertiwi Isma

✉ silva.tenrisara@gmail.com

Silva Tenrisara Pertiwi Isma merupakan pengajar pada Program Studi Indonesia, Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya, Universitas Indonesia. Ia dapat dihubungi melalui surel silva.tenrisara@gmail.com dan IG [@silvatenrisara](https://www.instagram.com/silvatenrisara). Bidang yang diminatinya adalah linguistic bahasa Indonesia dan linguistik bahasa isyarat.

Silva menyelesaikan pendidikan sarjana di Program Studi Sastra Indonesia, FIB UI. Ia kemudian melanjutkan pendidikan magister dalam bidang Ilmu Linguistik di FIB UI dan juga di Chinese University of Hong Kong.

Selain mengajar, ia terlibat dalam berbagai penelitian mengenai bahasa isyarat Indonesia (Bisindo), baik dari segi struktur, variasi, maupun dinamika sosial-budayanya. Di samping itu, ia juga cukup aktif menjalankan perannya sebagai juru bahasa isyarat di berbagai kegiatan.



Erlina Indarti



Erlina Indarti adalah sosok yang selalu ingin mencoba hal-hal baru dan memiliki rasa ingin tahu yang tak pernah padam. Baginya, hidup adalah tentang belajar seumur hidup yang tak pernah ada habisnya untuk mengeksplorasi, belajar, dan bertumbuh. Ia bergabung di Pusat Kurikulum, Kementerian Pendidikan Dasar dan Menengah sejak 2005, dan kini menjadi editor di Pusat Perbukuan yang terlibat dalam penyusunan dan penilaian buku pendidikan untuk memperoleh buku yang berkualitas dan inspiratif.



Editor





Triyono Indrasiwi Kuncoroaji

✉ kuncoroaji.ti@gmail.com

Seorang profesional di bidang desain dan pendidikan kreatif yang telah mengukir perjalanan karir impresif di kawasan Asia. Dengan latar belakang pendidikan Master of Design dari Dayeh University Taiwan, ia membawa perspektif internasional dalam dunia desain dan animasi Indonesia. Pengalamannya menempuh studi di Taiwan tidak hanya memperkaya wawasan akademisnya, tetapi juga membentuk visinya tentang pendidikan kreatif yang kemudian ia tuangkan dalam karya tulisnya berjudul “Konsep Pendidikan Kreatif belajar dari Republik of Creativity (ROC) Taiwan” yang diterbitkan Polimedia pada 2019.

Saat ini, Triyono mengabdikan keahliannya sebagai pengajar di Program Studi Desain dan Animasi Politeknik Negeri Media Kreatif. Kepakaran dan kredibilitasnya di bidang desain visual diakui secara nasional ketika ia dipercaya sebagai Pengarah Visual Desain Buku Teks Pemerintah pada tahun 2021/2022, Pengalaman penelaahannya terhadap berbagai buku teks pemerintah dimulai sejak tahun 2013 pada Buku Seni dan Teater, hingga Buku PPKN jenjang SMP di tahun 2021.

Kiprah internasionalnya tercermin dari kepemimpinannya sebagai Program Director dalam Taiwan Creative Cultural Camp 2018 dan Taiwan Design Digital Camp 2019. Sementara itu, di tingkat nasional, kontribusinya semakin luas melalui keterlibatannya dalam Tim Penyusunan HET Buku Pendidikan (2022-2024) dan sebagai Tim Kurator dalam Pameran Game Internasional Ditjen Diksi 2024.



Yohanes Bastian



Ilustrator

Yohanes Bastian (Ian) adalah seorang ilustrator buku anak yang lahir dan besar di Kota Malang, menggambar adalah hobi sejak masih kecil, melalui kegemarannya memberi kesempatan untuk melanjutkan studi **S1 Desain Komunikasi Visual** di Universitas Negeri Malang (2004-2009). Pekerjaan formal pertama sebagai seorang asisten desainer senior disebuah studio creative di Malang dan sempat di beri kesempatan untuk mengajar sebagai tenaga pendidik (Guru) di **Charis National Academy** (2010-2012) di jenjang SMP untuk bidang studi Komputer dan Art selama 2 tahun.

Masa kecil Ian sudah akrab dengan lingkungan anak-anak berkebutuhan khusus baik berkomunikasi dan bermain bersama, dikarenakan almarhum Bapak adalah seorang Guru SLB B (Tuna Rungu) dan Ibu seorang Guru SLB C (Grahita). Sebelum menjadi seorang ilustrator secara fulltime (khususnya buku anak), Ian sempat memiliki pengalaman untuk bersentuhan langsung dalam penanganan Anak Berkebutuhan Khusus (ABK) saat mendapat kesempatan bekerja sebagai **Terapis Edukasi dan Perilaku untuk penanganan usia dini bagi anak dengan Autis** di **Pusat Layanan Autis Kota Malang (PLA)** dan menempuh pendidikan alih Jenjang di Jurusan **S1 Pendidikan Luar Biasa Universitas Negeri Malang** (2013-2015). Dari pengalaman langsung menangani anak berkebutuhan khusus dengan berbagai kondisi, merasa bersyukur memiliki kesempatan untuk mengerjakan buku Panduan Pendidikan Khusus ini, ikut bagian melalui ilustrasi dalam buku untuk membangun mimpi harapan orang tua dan anak-anak yang istimewa.



Marchya Fiorentina

Seorang desainer buku yang sudah bekerja di bidang kegrafikaan sejak lulus dari Sekolah Menengah Kejuruan di jurusan persiapan grafika. Mengawali karier sebagai seorang operator *computer graphics* di salah satu percetakan digital di Jakarta Pusat dan seiring berjalannya waktu menempati posisi desainer, yang mengerjakan desain untuk beberapa keperluan promosi, *company profile*, *annual report*, logo, dan sebagainya. Demikian dengan pengalaman yang didapatkannya sebagai desainer dan pengetahuannya dalam seluk beluk percetakan digital, dia pun mengisi jabatan wakil *section head*.

Merasa belum cukup dengan keahlian yang dimiliki, ia memutuskan untuk melanjutkan sekolah ke jenjang yang lebih tinggi dan memilih jurusan bahasa dan sastra Inggris di sebuah universitas di Jakarta Selatan. Kegiatan perkuliahan ini pun dibarengi dengan pekerjaannya sebagai desainer atau layouter buku di sebuah penerbit ternama di Indonesia.

Setelah masa kontraknya dengan penerbit selesai, dia pun memutuskan untuk menjalankan pekerjaan sebagai desainer buku *freelance* karena dianggap lebih fleksibel dalam hal waktu sehingga tidak akan mengganggu kegiatan perkuliahannya. Demikian sampai dengan saat ini, ia menjalankan pekerjaan sebagai *freelancer designer* yang tidak hanya mengerjakan tata letak buku dari penerbit terdahulu, namun terkadang juga mengerjakan beberapa buku Pusat Perbukuan.

