



## **Sinergi Digitalisasi dan Kesadaran K3 sebagai Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM di Desa Lebakwangi**

**Fikhri Farhan Mobarok<sup>1</sup>, Hasbi Hasidik Sihab<sup>2</sup>, Tirta Nida Nurfadillah<sup>3</sup>, Neng Asri Nurul Azizah<sup>4</sup>, Rafika Ratik Srimurni<sup>5\*</sup>**

<sup>1</sup>Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Islam Nusantara, Bandung, Indonesia

<sup>2,5\*</sup>Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Islam Nusantara, Bandung, Indonesia

<sup>3,4</sup>Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Nusantara, Bandung, Indonesia

Email: <sup>1</sup>fikhanmubarok03@gmail.com, <sup>2</sup>hasbihasidikhasbihasidik@gmail.com,

<sup>3</sup>tnidanurfadillah@gmail.com, <sup>4</sup>nengasrinurulazizah21@gmail.com, <sup>5\*</sup>rafika.ratik@uninus.ac.id

### **Abstract**

*This community service program was implemented in Desa Lebakwangi to empower 25 SMEs through the optimization of Google My Business, Occupational Health and Safety (OHS) awareness, and digital marketing seminars. The program aimed to improve the online visibility of SMEs, raise awareness of OHS, and enhance understanding of digital marketing strategies. The method included 3 training sessions per topic, 4 weeks of mentoring, and performance evaluations based on technology adoption and OHS compliance indicators. The results showed that 80% of SMEs successfully optimized Google My Business, with an average 40% increase in online interactions. The OHS awareness campaign improved compliance with safety procedures by 35%, based on initial and final surveys. The digital marketing seminar increased participants' understanding of digital marketing strategies, with an average 30% improvement in comprehension scores, from 60% to 90%. Additionally, the program demonstrated a positive impact on SMEs' income, with estimated increases of 20% to 30% following the adoption of digital technology and OHS practices. This program provided tangible solutions for SME development in the digital era, with enhanced competitiveness and better implementation of OHS procedures. The implication of this activity highlights the importance of continuing the program to ensure sustainable positive impacts.*

**Keywords:** SMEs, Digitalization, OHS, Digital Marketing, Competitiveness.

### **Abstrak**

Program pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di Desa Lebakwangi untuk memberdayakan 25 UMKM melalui optimalisasi *Google My Business*, sosialisasi Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3), serta seminar *digital marketing*. Program ini bertujuan meningkatkan visibilitas *online* UMKM, kesadaran terhadap K3, dan pemahaman pemasaran digital. Metode yang digunakan meliputi pelatihan selama 3 sesi per topik, pendampingan selama 4 minggu, dan evaluasi kinerja berbasis indikator adopsi teknologi dan kepatuhan K3. Hasilnya menunjukkan 80% UMKM berhasil mengoptimalkan *Google My Business*, dengan peningkatan rata-rata 40% dalam interaksi *online*. Kampanye kesadaran K3 meningkatkan kepatuhan terhadap prosedur keselamatan kerja sebesar 35%. Seminar *digital marketing* meningkatkan pemahaman peserta tentang strategi pemasaran digital, dengan kenaikan rata-rata 30% dalam skor pemahaman, dari 60% menjadi 90%. Secara finansial, UMKM yang menerapkan teknologi digital dan K3 melaporkan peningkatan pendapatan antara 20% hingga 30%, berkat peningkatan visibilitas dan efisiensi operasional. Program ini memberikan solusi nyata untuk pengembangan UMKM di era digital, dengan peningkatan daya saing dan penerapan prosedur K3 yang lebih baik. Implikasi dari kegiatan ini menekankan pentingnya kelanjutan program untuk memastikan keberlanjutan dampak positifnya.

**Kata Kunci:** UMKM, Digitalisasi, K3, Pemasaran Digital, Daya Saing.

## A. PENDAHULUAN

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, terutama di daerah-daerah pedesaan. Di Indonesia, UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyediakan lapangan pekerjaan bagi lebih dari 97% tenaga kerja di sektor swasta. Namun, seiring berkembangnya teknologi digital, banyak UMKM yang tertinggal dalam memanfaatkan alat digital untuk memaksimalkan potensi mereka. Kurangnya pengetahuan tentang pemasaran digital, terutama penggunaan platform seperti *Google My Business*, masih menjadi tantangan utama bagi banyak pelaku usaha. Sementara, penggunaan media sosial sebagai pemasaran digital dapat menjadi faktor pendorong dari transaksi oleh konsumen (Anissa dan Kusumastuti, 2022)

Selain itu, aspek Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3) di sektor UMKM seringkali terabaikan, terutama pada UMKM yang bergerak di sektor industri. Perusahaan kecil dan menengah (UMKM) juga perlu menerapkan K3 seperti perusahaan besar atau industri dengan potensi bahaya tinggi. Angka kecelakaan dan cedera lebih tinggi pada perusahaan kecil dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki lebih dari 100 orang pekerja dan 40% lebih sering terjadi dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki lebih dari 1000 orang pekerja (Manalu dkk., 2023.); (Winata dkk., 2023). Oleh karena itu, sosialisasi tentang K3 bagi UMKM menjadi sangat penting untuk memastikan bahwa pelaku usaha tidak hanya berkembang secara ekonomi, tetapi juga mampu menciptakan lingkungan kerja yang aman dan efisien serta untuk meningkatkan produktivitas dan kualitas kerja.

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) di Desa Lebakwangi, seperti di banyak daerah pedesaan lainnya di Indonesia, menghadapi berbagai tantangan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk memajukan usahanya. Sebagian besar pelaku UMKM di desa ini masih mengandalkan metode pemasaran konvensional dan belum sepenuhnya memahami cara memanfaatkan platform digital seperti *Google My Business*. Hal ini menyebabkan rendahnya visibilitas usaha mereka di pasar *online*, yang semakin penting dalam dunia bisnis yang terhubung secara digital. Beberapa UMKM yang sudah mengenal teknologi sering kali tidak memiliki kapasitas atau sumber daya untuk optimalisasi penggunaan teknologi tersebut. Sebagai hasilnya, daya saing UMKM di Desa Lebakwangi cenderung tertinggal dibandingkan dengan UMKM di daerah yang lebih maju secara teknologi.

Selain masalah digitalisasi, penerapan standar Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3) juga menjadi tantangan tersendiri bagi UMKM di sektor industri. Berdasarkan pengamatan lapangan, banyak pelaku usaha di Desa Lebakwangi belum memiliki kesadaran yang memadai tentang pentingnya penerapan K3 di tempat kerja.

Kondisi ini sejalan dengan literatur yang menekankan pentingnya adopsi teknologi digital dan penerapan K3 untuk meningkatkan daya saing UMKM. Tren digitalisasi di sektor UMKM saat ini berkembang pesat di Indonesia, dengan banyak UMKM yang mulai beralih ke platform digital untuk memperluas jangkauan pasar mereka (Rahayu dkk., 2023). Namun, literatur juga mencatat bahwa sebagian besar UMKM di daerah pedesaan masih menghadapi kesenjangan teknologi dan kurangnya dukungan pelatihan untuk memanfaatkan alat-alat digital ini secara efektif. Hal ini menunjukkan perlunya intervensi yang berkelanjutan dalam bentuk sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan untuk memastikan bahwa UMKM tidak hanya mampu bertahan, tetapi juga berkembang di era digital. Permasalahan lain yang kerap diabaikan adalah aspek keselamatan kerja. Studi terbaru menunjukkan bahwa UMKM di sektor industri memiliki tingkat kecelakaan kerja yang lebih tinggi, dan banyak pelaku usaha kecil belum menyadari pentingnya penerapan standar K3.

Oleh karena itu, program yang menggabungkan digitalisasi dan peningkatan kesadaran K3 menjadi sangat relevan dan dibutuhkan untuk menjawab tantangan yang dihadapi UMKM di Desa Lebakwangi. Dengan demikian, program pengabdian ini dirancang untuk mengatasi dua permasalahan utama: rendahnya adopsi teknologi digital dan kurangnya kesadaran K3, melalui optimalisasi *Google My Business* dan seminar *digital marketing*, serta sosialisasi sadar K3.

## B. PELAKSAAAN DAN METODE

Pengabdian masyarakat ini dilaksanakan pada 7 Agustus hingga 7 September 2024. Setiap program kerja yang diinisiasi memiliki jadwal pelaksanaan yang berbeda, disesuaikan dengan kebutuhan dan kesiapan dari pihak UMKM serta masyarakat Desa Lebakwangi. Seluruh kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan di Desa Lebakwangi, Kecamatan Arjasari, Kabupaten Bandung. Kegiatan seperti *door to door* dilakukan langsung ke lokasi UMKM, sementara seminar dilaksanakan pemaparan materi dari pemateri berlokasi di Gedung Konveksi RT 02/RW 013. Penelitian ini melibatkan 25 UMKM dari berbagai sektor di Desa Lebakwangi. UMKM yang terlibat berasal dari sektor industri kecil, perdagangan, dan kuliner,

yang mayoritas masih menggunakan metode pemasaran konvensional dan memiliki keterbatasan dalam penerapan standar keselamatan kerja.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, wawancara mendalam dilakukan kepada beberapa peserta UMKM yang terpilih secara acak. Wawancara ini bertujuan untuk mendapatkan wawasan lebih dalam mengenai perubahan persepsi, tantangan, dan manfaat yang mereka rasakan dari penerapan hasil pengabdian. Wawancara ini juga digunakan untuk mengeksplorasi hambatan yang mungkin mereka hadapi dalam menerapkan strategi pemasaran digital dan K3 dalam operasional harian.

Adapun proses pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini terdiri dari beberapa tahapan yang dilaksanakan secara sistematis, diantaranya:

#### 1. Tahap Perencanaan

Pada tahap awal, dilakukan observasi lapangan dan pengumpulan data tentang kondisi UMKM di Desa Lebakwangi, termasuk tantangan yang mereka hadapi terkait digitalisasi dan K3. Setelah data terkumpul, tim pengabdian membuat perencanaan program yang mencakup seminar *digital marketing* dan sosialisasi sadar K3.

#### 2. Tahap Pelaksanaan

- a. Optimalisasi *Google My Business*: Pendampingan dilakukan secara *door-to-door* untuk mendaftarkan UMKM di *Google My Business*. Setiap UMKM diajarkan cara memperbarui informasi bisnis, seperti jam operasional, lokasi, serta kontak yang dapat dihubungi.
- b. Sosialisasi Sadar K3: Materi sosialisasi meliputi pentingnya keselamatan kerja dan cara mengimplementasikan prosedur K3. Pendampingan dilakukan secara langsung, terutama untuk UMKM di sektor industri.
- c. Seminar *Digital marketing*: Seminar ini menghadirkan pemateri dari Dosen Fakultas Ekonomi UNINUS yang memberikan materi terkait pemasaran digital, khususnya penggunaan platform seperti media sosial dan *e-commerce* untuk memperluas pasar. Peserta diberikan contoh-contoh nyata serta pelatihan singkat terkait pengelolaan akun media sosial untuk bisnis mereka.

#### 3. Tahap Evaluasi

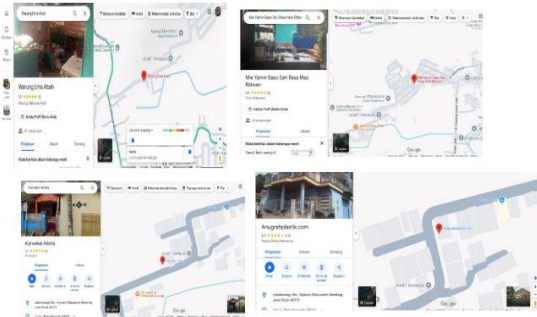
Setelah seluruh kegiatan selesai dilaksanakan, dilakukan evaluasi hasil terhadap masing-masing pelaku UMKM. Evaluasi ini meliputi peningkatan visibilitas bisnis di platform digital (*Google My Business*) serta perubahan perilaku terkait keselamatan kerja di tempat usaha. Peserta seminar juga diberikan ruang diskusi untuk menilai efektivitas materi yang disampaikan.

### C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program pengabdian masyarakat di Desa Lebakwangi melibatkan tiga fokus utama, yaitu Optimalisasi *Google My Business*, Sosialisasi Sadar K3, dan Seminar *Digital marketing*. Dari hasil observasi awal, ditemukan bahwa sebagian besar UMKM belum terdaftar di *Google My Business*, sehingga sulit ditemukan secara *online* oleh calon pelanggan. Selain itu, kesadaran UMKM tentang pentingnya penerapan prinsip Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3) juga sangat rendah, terutama di sektor industri, yang mengakibatkan tingginya potensi kecelakaan kerja. Dalam hal pemasaran, banyak UMKM masih mengandalkan metode konvensional dan belum optimal dalam menggunakan media sosial. Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dilakukan di Desa Lebakwangi, tepatnya di Perumahan Lebakwangi Asri RW 013 dimulai dari tanggal 20 Agustus 2024 hingga 2 September 2024 dan dibagi menjadi beberapa tahapan kegiatan, berikut penjelasan dari masing – masing tahapan kegiatan:

#### 1. Optimalisasi *Google My Business*

*Google My Business* (GMB) adalah alat yang sangat efektif dalam membantu usaha kecil dan menengah (UKM) memperluas jangkauan pasar melalui strategi pemasaran digital yang berfokus pada peningkatan visibilitas lokal. Optimalisasi GMB dapat meningkatkan SEO lokal, membuat bisnis lebih mudah ditemukan dalam hasil pencarian berbasis lokasi (Zaini dan Sakti, 2023). Misalnya, ketika seseorang mencari "restoran terdekat", bisnis yang mengoptimalkan profil GMB-nya memiliki peluang lebih besar untuk muncul di bagian teratas pencarian Google Maps atau di Local Pack. Selain itu, fitur ulasan pada GMB sangat penting dalam membangun kepercayaan dan reputasi bisnis. Menanggapi ulasan pelanggan dengan baik, baik yang positif maupun negatif, menunjukkan bahwa bisnis peduli terhadap pelanggannya, sehingga meningkatkan loyalitas pelanggan. Penggunaan foto dan video juga menjadi elemen penting dalam menarik perhatian pengguna, di mana bisnis dapat menampilkan produk, suasana toko, atau layanan dengan visual yang menarik (Lindiani dkk, 2024).



**Gambar 1.** Proses pendaftaran dan optimalisasi profil usaha di *Google My Business*

Hasil dari *pre-test* dan *post-test* yang dilakukan selama program pengabdian menunjukkan perubahan signifikan dalam tingkat pengetahuan dan pemahaman peserta UMKM terkait digitalisasi. Pada awal program, *pre-test* menunjukkan bahwa rata-rata tingkat pemahaman peserta tentang *Google My Business* hanya mencapai 40%. Hasil ini mencerminkan keterbatasan pengetahuan peserta dalam memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas jangkauan pasar.

Setelah pelaksanaan program yang melibatkan pelatihan dan pendampingan intensif selama 4 minggu, *post-test* menunjukkan peningkatan yang signifikan. Pemahaman terkait *Google My Business* meningkat menjadi 80%, yang mencerminkan adopsi yang lebih baik terhadap teknologi digital di kalangan UMKM. Peningkatan ini didorong oleh pendampingan langsung dalam pendaftaran *Google My Business* dan optimalisasi profil usaha, dimana pelaku UMKM diajarkan cara mengelola profil bisnis mereka secara efektif, seperti memperbarui informasi bisnis dan mengoptimalkan fitur ulasan pelanggan. Peningkatan rata-rata 40% dalam interaksi *online* juga menjadi indikator bahwa usaha digitalisasi telah berhasil meningkatkan eksposur bisnis UMKM secara signifikan.

Dalam proses pembuatan peta lokasi bisnis di Google Maps, terutama untuk UMKM di daerah pedesaan seperti Desa Lebakwangi, terdapat beberapa kendala yang mungkin muncul: 1) Akses Internet Terbatas karena banyaknya desa atau daerah terpencil masih mengalami keterbatasan akses internet yang dapat mempersulit pendaftaran bisnis atau lokasi di Google Maps; 2) Kurangnya pengetahuan teknis yang dimiliki oleh pelaku UMKM yang tidak terbiasa atau kesulitan menggunakan teknologi dan aplikasi seperti Google Maps. Selain itu, perbaiki infrastruktur digital di desa untuk mendukung penerapan teknologi dan peta lokasi dengan lebih efektif. Kembangkan peta lokasi usaha secara lebih detail dan integrasikan dengan platform digital yang mudah diakses oleh konsumen. Dengan adanya hal

tersebut maka hal yang perlu dilakukan adalah dengan mencari area dengan sinyal yang baik agar proses pendaftaran bisa dilakukan di area yang memiliki sinyal lebih kuat, atau bahkan bekerja sama dengan pihak lain yang memiliki akses internet lebih baik.

## 2. Sosialisasi Sadar Keselamatan & Kesehatan Kerja (K3)

Sosialisasi Sadar Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3) bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran pelaku usaha, terutama UMKM, tentang pentingnya penerapan standar keselamatan di tempat kerja. K3 mencakup berbagai aspek yang bertujuan melindungi pekerja dari potensi kecelakaan kerja, termasuk penggunaan alat pelindung diri (APD), pengelolaan risiko bahaya, dan penerapan prosedur keselamatan (Sarbiah, 2023). Di sektor industri kecil seperti UMKM, sosialisasi ini penting mengingat masih rendahnya kesadaran akan K3, yang berpotensi menimbulkan kecelakaan kerja atau gangguan kesehatan. Dalam sosialisasi ini, pelaku UMKM diperkenalkan dengan langkah-langkah sederhana namun efektif, seperti identifikasi bahaya di tempat kerja, penyediaan APD, serta pelatihan tanggap darurat. Menurut Kurniawan, dkk (2024) menjelaskan bahwa APD menjadi salah satu aspek penting dalam bekerja. Melalui penerapan K3 yang baik, UMKM dapat menciptakan lingkungan kerja yang lebih aman, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan produktivitas dan kesejahteraan pekerja. Selain itu, penerapan K3 juga mendukung keberlanjutan usaha dengan mengurangi risiko kecelakaan yang dapat menghambat operasional bisnis.



**Gambar 2.** Distribusi Alat Pelindung Diri (APD) dan poster sosialisasi Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3) kepada pelaku UMKM

Hasil dari *pre-test* menunjukkan bahwa rata-rata tingkat pemahaman peserta tentang kesadaran penerapan K3 berada pada tingkat 45%. Hasil ini mencerminkan keterbatasan pengetahuan peserta dalam menerapkan protokol keselamatan kerja di tempat usaha mereka. Setelah pelaksanaan program yang melibatkan pelatihan dan pendampingan intensif selama 4 minggu, *post-test* menunjukkan peningkatan yang signifikan. Pemahaman terkait Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3) terjadi peningkatan kepatuhan terhadap prosedur K3 sebesar 35% setelah sosialisasi. Awalnya, banyak peserta yang tidak mengetahui atau tidak mematuhi standar K3, terutama dalam penggunaan alat pelindung diri (APD) dan penerapan prosedur keselamatan dasar di tempat kerja. Melalui sosialisasi ini, peserta mulai memahami pentingnya K3, tidak hanya untuk keselamatan pekerja tetapi juga untuk peningkatan produktivitas.

Selain peningkatan kesadaran K3, program ini juga berdampak positif terhadap pendapatan UMKM. Berdasarkan estimasi yang diambil dari literatur terkait, UMKM yang menerapkan teknologi digital dan K3 dapat mengalami peningkatan pendapatan antara 20% hingga 30%. Penelitian oleh Kurniawan dkk., (2024) menunjukkan bahwa penerapan standar K3 yang baik dapat mengurangi biaya kecelakaan kerja, yang pada gilirannya berdampak positif pada profitabilitas usaha. Hal ini menunjukkan bahwa adopsi teknologi tidak hanya membantu dalam meningkatkan visibilitas, tetapi juga memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi pelaku UMKM.

Dalam program Sosialisasi K3 ini, tentunya tidak terlepas dari faktor pendukung dan kendala. Pada pelaksanaannya, yang menjadi faktor pendukung utama yaitu kami mendapat respon yang sangat baik dari sebagian pelaku UMKM dari awal kunjungan sampai pada hari pelaksanaan dan anggota kelompok 29 KKN UNINUS yang telah mendukung dan membantu dari awal persiapan sampai hari pelaksanaan program. Adapun kendala yang dihadapi pada program ini yaitu, kami tidak diberi keleluasaan waktu pada proses pemaparan karena pelaku UMKM tidak mau mengganggu jam kerja para karyawan, dan terjadi miskomunikasi antara ketua pelaksana program dengan anggota yang menyebabkan kurang maksimal dalam pembuatan desain poster.

Solusi keberlanjutan program "Sosialisasi Sadar Kesehatan dan Keselamatan Kerja (K3)" bagi UMKM, khususnya di bidang industri, dapat diwujudkan melalui beberapa langkah strategis. Pertama, program ini perlu dijalankan secara berkala dengan melibatkan pihak pemerintah desa atau institusi terkait agar sosialisasi K3 dapat terus

berlangsung meskipun setelah masa KKN berakhir. Kedua, pendampingan rutin oleh mahasiswa atau komunitas profesional yang memiliki kompetensi di bidang K3 akan membantu memastikan penerapan prinsip-prinsip K3 dalam operasional harian UMKM. Selain itu, keberlanjutan dapat diperkuat dengan menyediakan alat bantu K3 secara lebih luas, seperti poster dan Alat Pelindung Diri (APD) tambahan untuk UMKM yang masih terbatas. Pemerintah desa atau lembaga pendukung juga dapat menggalang kemitraan dengan pihak swasta untuk mendanai penyediaan APD secara berkelanjutan.

### 3. Seminar *Digital marketing*

Platform digital memegang peranan penting untuk performa pemasaran/penjualan produk, karena trend yang sedang berkembang pada saat ini adalah para konsumen lebih memilih untuk melihat ataupun melakukan pembelian secara online (Ramadhan, M.S., dan Pertiwi T.K., 2024). Oleh karena itu kami mengadakan seminar tersebut agar UMKM Di desa Lebakwangi mengetahui bahwa pemasaran yang lebih modern yaitu melalui media digital. Hingga saat ini, UMKM belum banyak memanfaatkan media promosi yang canggih sebagai media untuk memasarkan produknya. Kendala ini dapat diatasi dengan melakukan berbagai kegiatan berupa penyuluhan untuk menyampaikan pentingnya menguasai media promosi digital bagi pelaku usaha. Sehingga dengan terbukanya peluang ini, UMKM dapat memanfaatkannya untuk mencari konsumen baru dan jangkauan pemasaran yang lebih luas.

Kegiatan ini dilatarbelakangi oleh kebutuhan UMKM untuk meningkatkan daya saing di pasar yang semakin terhubung dengan teknologi. Seminar ini membahas 4 modul, yaitu penggunaan media sosial untuk promosi, optimalisasi mesin pencari (*Search Engine Optimization* atau SEO), pemasaran konten, dan strategi periklanan digital. Seminar diadakan 2 sesi yaitu penyampaian materi dan praktik yang dihadiri oleh 25 pelaku UMKM. Materi sesi 1 membahas 4 modul dan sesi ke-2 peserta diberikan praktik tentang cara membuat dan mengelola kampanye pemasaran melalui platform digital seperti Facebook, Instagram, dan Google Ads. Selain itu, peserta juga diajarkan cara memanfaatkan data analitik untuk memahami perilaku konsumen dan mengukur efektivitas kampanye yang dijalankan. Sebelum diadakan seminar terdapat 12% pelaku UMKM memahami pemasaran digital, dan meningkat setelah diberikan 2 sesi seminar menjadi 60%. Pemateri juga memberikan target jangkauan pasar 50% lebih luas dengan adanya pemasaran digital yang diterapkan. Melalui pendekatan ini, UMKM dapat memperluas jangkauan pasar mereka, menarik lebih banyak

pelanggan, meningkatkan omzet penjualan sebesar 20%-30% dalam 6 bulan ke depan. Pemasaran digital juga dapat menekan 40% biaya promosi dibandingkan dengan pemasaran tradisional.



**Gambar 3.** Pelaksanaan seminar *digital marketing* yang dilakukan untuk pelaku UMKM

Seminar ini tidak hanya memberikan teori, tetapi juga menyediakan sesi praktik dimana peserta langsung diajak untuk membuat akun bisnis di platform media sosial, mengelola konten yang relevan, serta melakukan analisis sederhana terhadap performa akun mereka. Dengan ini, seminar *Digital marketing* menjadi salah satu solusi efektif untuk menjawab tantangan yang dihadapi UMKM dalam menghadapi era digital. Sesuai dengan hasil penelitian Chaffey dan Ellis-Chadwick (2019), bahwa pemanfaatan *digital marketing* sangat dibutuhkan karena sangat membantu dalam memasarkan sebuah produk atau jasa dengan cepat, luas dan murah.

Pemateri yang kompeten dan berpengalaman menjadi faktor kunci kesuksesan seminar, karena mampu memberikan wawasan yang relevan dan sesuai dengan kebutuhan para pelaku UMKM. Serta tingginya partisipasi dan keinginan peserta untuk lebih memahami materi membuat program ini berjalan dengan sangat baik dan interaktif.

Kendala utama yang dihadapi adalah keterbatasan waktu, mengingat banyaknya materi yang harus disampaikan dan tingginya minat peserta untuk mendalami topik yang dibahas. Hal ini memerlukan adanya pendampingan dan monitoring secara berkala kepada pelaku UMKM. Berikut solusi yang dapat diterapkan untuk keberlanjutan program:

- a. Penyelenggaraan Seminar Berkala: 1) Untuk menjaga keberlanjutan edukasi bagi UMKM, seminar ini dapat dijadikan sebagai program rutin bulanan atau triwulanan. Setiap sesi bisa difokuskan pada topik yang berbeda, seperti branding produk, manajemen keuangan, atau pengembangan produk inovatif; 2) Pelaksanaan seminar berkala akan memberikan kesempatan bagi UMKM untuk terus belajar dan berkembang seiring perubahan tren pasar dan kebutuhan bisnis.
- b. Pembentukan Kelompok Belajar UMKM: 1) Kelompok belajar UMKM dapat dibentuk dengan melibatkan peserta seminar sebagai anggotanya. Kelompok ini bisa menjadi wadah untuk berdiskusi dan saling berbagi pengalaman seputar pengembangan bisnis; 2) Dalam kelompok belajar ini, bisa diadakan diskusi mingguan atau bulanan dengan topik-topik spesifik, seperti peningkatan kualitas produk, pemasaran digital, dan pengelolaan keuangan usaha.
- c. Pendampingan Berkelanjutan: 1) Agar pelaku UMKM dapat lebih maksimal dalam mengimplementasikan apa yang telah dipelajari, diperlukan pendampingan dari mahasiswa atau pihak berpengalaman dalam bidang manajemen usaha, investasi, dan perpajakan; 2) Program pendampingan ini bisa dilakukan secara *online* maupun tatap muka, di mana para pelaku UMKM dapat berkonsultasi terkait kendala yang mereka hadapi dalam menjalankan bisnis.
- d. Kolaborasi dengan Pihak Pemerintah dan Swasta: 1) Untuk memaksimalkan potensi UMKM, perlu adanya kolaborasi dengan pihak pemerintah dan swasta yang bisa memberikan pelatihan, bantuan modal, atau akses ke platform digital yang lebih luas; 2) Pemerintah desa dan lembaga terkait dapat terus mendukung program ini dengan menyediakan fasilitas, promosi, dan jaringan yang lebih luas untuk mengembangkan UMKM di Desa Lebakwangi

Untuk mengikuti tren digitalisasi, para pelaku usaha harus memiliki kemampuan memanfaatkan pemasaran digital. Peralihan dari sistem pemasaran konvensional ke pemasaran modern telah dilakukan secara bertahap oleh beberapa perusahaan (Harahap dkk., 2021). Kemudahan berkomunikasi dan transaksi merupakan kelebihan dari *digital marketing* untuk dapat diakses di seluruh dunia setiap waktu/*realtime*, yang membantu seseorang untuk dapat melihat dan membuatnya lebih mudah dalam mendapatkan informasi terkait dengan barang yang ada di internet, yang dengan demikian memberikan kemudahan kepada pelanggan dalam

memesan dan membandingkan barang (Febriyantoro dan Arisandi, 2018). Beberapa manfaat dari penggunaan pemasaran digital adalah dapat menghubungkan pelaku bisnis dengan pelanggan secara *online*, dapat menghasilkan penjualan yang tinggi, dapat menghemat biaya pemasaran, dapat mengaktifkan layanan secara *real time*, dapat terhubung dengan pelanggan yang menggunakan perangkat seluler, dapat menjaga posisi terhadap pesaing, dapat menawarkan bantuan dalam dunia persaingan bisnis dengan perusahaan besar, mempersiapkan diri untuk era *internet of things* (Angraini dkk., 2023).

Kombinasi antara adopsi teknologi digital dan peningkatan kesadaran K3 ini menunjukkan bahwa strategi sinergis semacam ini mampu memperkuat daya saing UMKM di era digital. Namun, untuk mencapai perubahan jangka panjang yang lebih mendalam, diperlukan integrasi lebih lanjut dengan kebijakan pemerintah dan kolaborasi dengan sektor swasta.

Namun, keunikan dari program pengabdian di Desa Lebakwangi adalah kombinasi sinergis antara digitalisasi dan K3, yang jarang diterapkan secara bersamaan dalam program lain. Banyak program pengabdian sebelumnya fokus hanya pada satu aspek, misalnya pada *digital marketing* atau K3 secara terpisah. Dengan menggabungkan dua pendekatan ini, program di Desa Lebakwangi berhasil memberikan dampak yang lebih luas terhadap daya saing UMKM, menciptakan lingkungan kerja yang lebih aman sekaligus meningkatkan visibilitas dan akses pasar secara digital.

Pendekatan ini terbukti efektif dan lebih komprehensif dibandingkan dengan program pengabdian lainnya yang umumnya hanya berfokus pada satu bidang, sehingga memberikan kontribusi yang lebih berkelanjutan bagi pertumbuhan UMKM di era digital.

## D. PENUTUP

### Simpulan

Program Optimalisasi *Google My Business*, Sosialisasi sadar K3, dan Seminar *digital marketing* berhasil memberikan dampak positif terhadap peningkatan kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital serta meningkatkan kesadaran akan keselamatan dan kesehatan kerja (K3). Melalui Optimalisasi *Google My Business*, lokasi UMKM lebih mudah diakses oleh pelanggan potensial secara *online*, sehingga memperluas jangkauan pasar mereka. Program Sosialisasi Sadar K3 berhasil meningkatkan pemahaman pelaku UMKM industri tentang pentingnya penerapan prosedur keselamatan, yang

diharapkan dapat meminimalisir risiko kecelakaan kerja. Selain itu, Seminar *Digital marketing* memberikan wawasan baru tentang strategi pemasaran yang lebih efektif, terutama dalam memanfaatkan media sosial dan platform digital lainnya. Adopsi teknologi digital dan penerapan K3 juga menunjukkan dampak finansial yang signifikan. UMKM yang menerapkan teknologi digital mencatatkan peningkatan pendapatan antara 20% hingga 30% setelah mengikuti program ini, berkat peningkatan visibilitas dan efisiensi operasional. Penerapan K3 yang baik juga berkontribusi pada pengurangan biaya terkait kecelakaan kerja, yang pada gilirannya meningkatkan profitabilitas usaha. Dengan demikian, kombinasi antara digitalisasi dan peningkatan kesadaran K3 tidak hanya memperkuat daya saing UMKM tetapi juga memberikan kontribusi nyata terhadap pertumbuhan ekonomi mereka.

### Saran

Agar program ini dapat berkelanjutan dan memberikan manfaat jangka panjang, diperlukan strategi implementasi lanjutan. Salah satu saran adalah membentuk kelompok belajar UMKM yang dapat berfungsi sebagai wadah bagi pelaku usaha untuk saling berbagi pengetahuan dan pengalaman terkait *digital marketing* dan K3. Pendampingan secara rutin oleh mahasiswa atau profesional dalam bidang teknologi digital dan keselamatan kerja juga penting untuk memastikan UMKM terus mengaplikasikan ilmu yang telah didapat. Selain itu, perlu adanya kolaborasi dengan pemerintah desa dan instansi terkait untuk memfasilitasi pelatihan lebih lanjut dan memberikan bantuan teknis serta peralatan yang mendukung implementasi K3. Peningkatan kapasitas infrastruktur digital di desa juga menjadi prioritas agar lebih banyak UMKM dapat memanfaatkan teknologi secara maksimal. Melalui langkah-langkah keberlanjutan ini, program pemberdayaan yang telah dimulai dapat terus berkembang dan memberikan dampak jangka panjang bagi pertumbuhan UMKM di Desa Lebakwangi.

### Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kepada: 1) Rektor, 2) Wakil Rektor Bidang Akademik, Pembelajaran, Kemahasiswaan dan Penjaminan Mutu, 3) Wakil Rektor Bidang Perencanaan, Keuangan dan Sumber Daya, 4) Wakil Rektor Bidang Penelitian, Pengabdian kepada Masyarakat, Inovasi, dan Kerjasama, 5) Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM), 6) Panitia KKN, 7) Kecamatan Arjasari, 7) Desa Lebakwangi, 8) Tim kelompok 29 KKN Tematik Universitas Islam Nusantara.

## E. DAFTAR PUSTAKA

- Angraini, Y., Anshori, R. M., dan Permatasari, S. V. (2023, December). Penerapan *Digital marketing* Pada Pelaku UMKM Di Desa Maguwan Ponorogo. In Proceedings of Annual Conference on Community Engagement (Vol. 4, pp. 1-12).
- Anissa, N., dan Kusumastuti, R. D. (2022). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Baso Aci Akang Terhadap Minat Beli Konsumen di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunika* 7, 3(2), 52–58.
- Chaffey, D. dan Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing*. Pearson UK.
- Febriyantoro, M. T., dan Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan *Digital marketing* Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61–76. <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>
- Harahap, H. S., Dewi, N. K., dan Ningrum, E. P. (2021). Pemanfaatan *digital marketing* bagi UMKM. *Jurnal Loyalitas Sosial*, 3(2), 77-85.
- Kurniawan, M. A., Tambun, M. S. M. O. S. S., dan Rizali, M. . (2024). Sosialisasi Keselamatan Dan Kesehatan Kerja (K3) Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Produksi Batu Bata. *Majalah Cendekia Mengabdi*, 2(2), 68–73. <https://doi.org/10.63004/mcm.v2i2.354>
- Lindiani, L., Registiana, I., Fajrullah, F., dan Noviyanti, I. (2024). Analisis Strategi Promosi Bisnis UMKM Coffee Shop Dengan Menggunakan Media Sosial. *Jurnal Bintang Manajemen*, 2(2), 75-93.
- Manalu, Y. P. C., Sitorus, J., Siregar, S. D., Saputra, F. F., Kusumawardani, E. F., dan Siahaan, P. B. C. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kecelakaan Kerja Pada Pengrajin Kayu Di Jalan Pahlawan Kecamatan Medan Perjuangan. *Journal of Healthcare Technology and Medicine*, 9(1), 1–14.
- Rahayu, S., Kanisya, N. P., dan Fatmawati, R. (2023). Pelatihan Digital Marketing Menggunakan Google My Business Pada Umkm Gondanglegi Kabupaten Malang. *Jurnal Abdimas Jayanegara*, 1(1).
- Ramadhan, M. S., dan Pertiwi, T. K. (2024). Penerapan Digital Marketing Pada Era Digitalisasi untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Gunung Anyar Tambak. *KARYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 1-6.
- Sarbiah, A. (2023). Penerapan pelaksanaan keselamatan dan kesehatan kerja (K3) pada karyawan. *Health Information: Jurnal Penelitian*, e1210-e1210.
- Winata, W., Lailit, N. B., Erwin, E., Steven, S., dan Vinchen, H. (2023). Penerapan Manajemen Risiko Kesehatan Dan Keselamatan Kerja (K3): Studi Kasus Di Toko Aneka Karya Kusen Batam. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(01), 100–106.
- Zaini, M. N., dan Sakti, D. P. B. (2023). The effectiveness of the *Google My Business* (GMB) platform in expanding marketing reach for Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in the Mataram Tangan Di Atas (TDA) Business Community. *Experimental Student Experiences*, 1(9), 850-862.