

Pendampingan Penerapan K3 dan Strategi Digital Marketing Sebagai Upaya Optimalisasi Kinerja dan Daya Saing Bisnis Berkelanjutan

Adam M Tanniewa¹, Wedia Hastuti², Asrul Mulyadin³, Agus Joko Susanto⁴, Dwita Alfiani Prawesti⁵

¹ Universitas Sulawesi Barat, ² STIE Bhakti Pembangunan, ³ STIA Adabiah, ⁴ Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, ⁵ Universitas Pendidikan Indonesia

*Corresponding author

E-mail: adamtanniewa76@gmail.com¹, wediaasti14@gmail.com², asrulumulyadin73@gmail.com³, agusjoko@upnvj.ac.id⁴, alfianidwita@upi.edu⁵

Article History:

Received: May, 2026

Revised: May, 2026

Accepted: May, 2026

Abstract: Perkembangan transformasi digital telah membawa perubahan besar terhadap pola pengelolaan usaha, strategi pemasaran, dan sistem kerja organisasi bisnis, khususnya pada sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Di sisi lain, peningkatan persaingan bisnis modern menuntut pelaku usaha untuk tidak hanya mampu memanfaatkan teknologi digital, tetapi juga memperhatikan aspek Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3) sebagai bagian dari upaya menciptakan bisnis yang produktif dan berkelanjutan. Artikel pengabdian ini bertujuan untuk menganalisis pentingnya pendampingan penerapan K3 dan strategi digital marketing sebagai upaya optimalisasi kinerja dan daya saing bisnis berkelanjutan. Penulisan artikel menggunakan pendekatan studi literatur dengan mengkaji berbagai referensi ilmiah yang berkaitan dengan K3, digital marketing, transformasi digital UMKM, dan sustainability business. Hasil kajian menunjukkan bahwa penerapan K3 mampu meningkatkan produktivitas kerja, mengurangi risiko kecelakaan, dan menciptakan lingkungan kerja yang lebih aman dan efisien. Selain itu, strategi digital marketing terbukti mampu meningkatkan efektivitas promosi, memperluas jangkauan pasar, memperkuat branding usaha, serta meningkatkan daya saing bisnis di era ekonomi digital. Integrasi antara penerapan K3 dan digital marketing menjadi strategi penting dalam mendukung keberlanjutan usaha karena mampu menciptakan keseimbangan antara efisiensi operasional, perlindungan tenaga kerja, dan inovasi bisnis berbasis teknologi. Oleh karena itu, penguatan literasi digital dan pemahaman K3 menjadi langkah penting dalam pengembangan usaha modern yang adaptif, kompetitif, dan berorientasi jangka panjang.

Keywords:

K3, Digital Marketing, UMKM, Daya Saing Bisnis, Bisnis Berkelanjutan

Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan terhadap berbagai sektor kehidupan, termasuk dunia bisnis dan kewirausahaan. Transformasi digital menyebabkan perubahan pola pemasaran, sistem komunikasi bisnis, serta strategi pengelolaan usaha yang semakin berbasis teknologi. Pelaku usaha saat ini dituntut untuk mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi agar dapat mempertahankan eksistensi dan meningkatkan daya saing usaha di tengah persaingan ekonomi yang semakin kompetitif. Digitalisasi bisnis tidak hanya memengaruhi aktivitas pemasaran, tetapi juga memengaruhi sistem kerja organisasi, budaya usaha, dan pola interaksi antara produsen dengan konsumen (Wardhana, 2015).

Dalam era ekonomi digital, digital marketing menjadi salah satu strategi penting yang digunakan pelaku usaha untuk meningkatkan efektivitas pemasaran dan memperluas jangkauan pasar. Penggunaan media sosial, marketplace, dan platform e-commerce memungkinkan pelaku usaha memasarkan produk secara lebih luas dengan biaya yang relatif lebih rendah dibandingkan metode pemasaran konvensional. Febriyanto dan Arisandi (2018) menjelaskan bahwa digital marketing memberikan peluang besar bagi UMKM untuk meningkatkan daya saing usaha melalui promosi digital yang lebih fleksibel dan interaktif. Dengan adanya teknologi digital, aktivitas pemasaran tidak lagi dibatasi oleh ruang dan waktu sehingga pelaku usaha dapat menjangkau konsumen secara lebih luas.

Perkembangan bisnis modern juga menuntut organisasi usaha untuk memperhatikan aspek Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3). K3 menjadi bagian penting dalam menciptakan lingkungan kerja yang aman, sehat, dan produktif. Dalam konteks bisnis berkelanjutan, penerapan K3 tidak hanya berkaitan dengan perlindungan tenaga kerja, tetapi juga berhubungan dengan efisiensi operasional dan keberlangsungan usaha jangka panjang. Ramli (2010) menjelaskan bahwa sistem manajemen K3 merupakan bagian penting dalam menciptakan budaya kerja yang aman dan produktif sehingga mampu meningkatkan efektivitas organisasi secara menyeluruh.

Penerapan K3 pada sektor UMKM masih menghadapi berbagai tantangan, seperti rendahnya kesadaran pelaku usaha terhadap pentingnya keselamatan kerja, keterbatasan sumber daya, dan minimnya literasi mengenai standar keselamatan kerja. Banyak pelaku usaha kecil masih memandang K3 sebagai aspek tambahan yang kurang penting dibandingkan aktivitas produksi dan pemasaran. Padahal,

kecelakaan kerja dan lingkungan kerja yang tidak aman dapat menyebabkan penurunan produktivitas, kerugian ekonomi, serta menurunkan kualitas usaha secara keseluruhan. Putra (2017) menjelaskan bahwa penerapan inspeksi keselamatan kerja dapat membantu organisasi mengurangi risiko kecelakaan dan meningkatkan kualitas lingkungan kerja.



Gambar 1. Penerapan K3 pada sektor UMKM

Sumber: [AKUALITA](#)

Perkembangan digital marketing juga menghadirkan tantangan baru bagi pelaku usaha, khususnya dalam kemampuan adaptasi teknologi dan literasi digital. Tidak semua UMKM memiliki kemampuan yang memadai dalam memanfaatkan platform digital sebagai media pemasaran usaha. Sebagian pelaku usaha masih mengalami kesulitan dalam penggunaan media sosial bisnis, pengelolaan marketplace, pembuatan konten digital, dan strategi branding online. Agung et al. (2022) menjelaskan bahwa literasi digital memiliki pengaruh penting terhadap kemampuan UMKM dalam menciptakan bisnis yang berkelanjutan di era transformasi digital.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pengembangan usaha modern memerlukan pendekatan yang tidak hanya berfokus pada peningkatan penjualan, tetapi juga memperhatikan aspek keselamatan kerja dan kemampuan adaptasi digital. Pendampingan terhadap penerapan K3 dan strategi digital marketing menjadi salah satu langkah penting dalam membantu pelaku usaha meningkatkan efektivitas operasional dan daya saing bisnis. Pendampingan tersebut dapat dilakukan melalui edukasi, pelatihan, peningkatan literasi digital, serta penguatan pemahaman mengenai pentingnya keselamatan kerja dalam mendukung keberlanjutan usaha.

Digital marketing dan penerapan K3 memiliki hubungan yang saling

mendukung dalam pengembangan bisnis modern. Digital marketing membantu organisasi meningkatkan jangkauan pasar dan efektivitas komunikasi bisnis, sedangkan K3 membantu menciptakan lingkungan kerja yang produktif dan aman. Mobarok et al. (2024) menjelaskan bahwa sinergi digitalisasi dan kesadaran K3 dapat menjadi strategi penting dalam meningkatkan daya saing UMKM di era ekonomi digital. Hal ini menunjukkan bahwa pengembangan usaha modern memerlukan integrasi antara aspek teknologi, keselamatan kerja, dan inovasi bisnis.

Keberlanjutan bisnis saat ini menjadi isu penting dalam pengembangan organisasi modern. Bisnis berkelanjutan tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga memperhatikan kesejahteraan tenaga kerja, keberlangsungan lingkungan usaha, dan kemampuan organisasi dalam beradaptasi terhadap perubahan zaman. Awaluddin dan Rasmi (2025) menjelaskan bahwa transformasi digital dan innovation performance memiliki pengaruh terhadap sustainability business UMKM melalui implementasi digital marketing yang efektif. Oleh karena itu, strategi bisnis modern harus mampu mengintegrasikan inovasi digital dengan manajemen organisasi yang baik.

Kajian mengenai digital marketing dan K3 telah banyak dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Namun, sebagian besar penelitian masih membahas kedua aspek tersebut secara terpisah. Kajian yang mengintegrasikan penerapan K3 dan strategi digital marketing sebagai upaya optimalisasi kinerja dan daya saing bisnis berkelanjutan masih relatif terbatas, khususnya dalam perspektif pengembangan UMKM di era ekonomi digital. Oleh karena itu, artikel ini penting dilakukan untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai pentingnya integrasi K3 dan digital marketing dalam mendukung keberlanjutan usaha modern.

Berdasarkan uraian tersebut, artikel pengabdian ini bertujuan untuk menganalisis pentingnya pendampingan penerapan K3 dan strategi digital marketing sebagai upaya optimalisasi kinerja dan daya saing bisnis berkelanjutan. Artikel ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan kajian bisnis digital dan keselamatan kerja, serta memberikan manfaat praktis bagi pelaku usaha dalam meningkatkan efektivitas pengelolaan usaha di era transformasi digital.

Metode

Kegiatan pengabdian ini menggunakan pendekatan studi literatur dengan metode deskriptif kualitatif. Pendekatan ini dipilih karena naskah berfokus pada kajian konseptual mengenai pentingnya pendampingan penerapan Keselamatan dan

Kesehatan Kerja (K3) serta strategi digital marketing dalam meningkatkan kinerja dan daya saing bisnis berkelanjutan. Data diperoleh melalui penelusuran berbagai sumber ilmiah yang relevan, seperti artikel jurnal, buku, dan hasil penelitian terdahulu yang membahas K3, digital marketing, transformasi digital UMKM, daya saing usaha, serta keberlanjutan bisnis. Sumber-sumber tersebut kemudian dikaji untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai hubungan antara penerapan K3 dan pemanfaatan digital marketing dalam mendukung pengembangan usaha modern.

Tahapan metode dilakukan melalui identifikasi isu utama, pengumpulan referensi, seleksi literatur yang relevan, analisis isi, dan penyusunan sintesis hasil kajian. Analisis dilakukan dengan menelaah temuan-temuan dari penelitian sebelumnya, kemudian mengaitkannya dengan kebutuhan pelaku UMKM dalam meningkatkan keselamatan kerja, efektivitas pemasaran digital, produktivitas, dan keberlanjutan usaha. Hasil analisis selanjutnya disusun secara naratif untuk menjelaskan manfaat, tantangan, dan strategi integrasi antara K3 dan digital marketing sebagai bentuk pendampingan yang dapat diterapkan dalam pengembangan bisnis berkelanjutan.

Hasil

A. Transformasi Digital sebagai Strategi Pengembangan Bisnis Berkelanjutan

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola pengelolaan bisnis modern, khususnya pada sektor UMKM dan kewirausahaan berbasis teknologi. Transformasi digital tidak hanya memengaruhi sistem pemasaran, tetapi juga memengaruhi pola komunikasi bisnis, pengelolaan pelanggan, strategi promosi, dan pengembangan daya saing usaha. Dalam konteks bisnis modern, digital marketing menjadi salah satu strategi utama yang digunakan organisasi untuk mempertahankan keberlanjutan usaha di tengah persaingan ekonomi yang semakin kompetitif. Pemanfaatan teknologi digital memungkinkan pelaku usaha menjangkau konsumen secara lebih luas, cepat, dan efisien dibandingkan metode pemasaran konvensional.

Menurut Febriyantoro dan Arisandi (2018), digital marketing memberikan peluang besar bagi UMKM untuk meningkatkan efektivitas promosi melalui pemanfaatan media sosial, marketplace, website bisnis, dan platform digital lainnya. Penggunaan teknologi digital mampu membantu organisasi memperluas jangkauan pasar tanpa harus mengeluarkan biaya operasional yang terlalu besar. Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa digital marketing menjadi bagian penting dalam

strategi pengembangan usaha berkelanjutan.

Perkembangan transformasi digital juga menyebabkan perubahan perilaku konsumen yang semakin bergantung pada teknologi digital. Konsumen modern lebih memilih layanan yang cepat, mudah diakses, dan berbasis online. Oleh karena itu, organisasi bisnis dituntut untuk mampu menyesuaikan strategi bisnis dengan kebutuhan pasar digital. Wardhana (2015) menjelaskan bahwa strategi digital marketing memiliki pengaruh terhadap peningkatan keunggulan bersaing UMKM karena mampu meningkatkan interaksi bisnis dengan konsumen secara lebih efektif.

Transformasi digital dalam bisnis juga didukung oleh perkembangan e-commerce dan marketplace yang semakin berkembang pesat. Pelaku usaha saat ini dapat melakukan aktivitas promosi, transaksi, distribusi produk, hingga pelayanan pelanggan secara online melalui platform digital. Kondisi tersebut menyebabkan digitalisasi menjadi bagian penting dalam mempertahankan keberlangsungan usaha di era ekonomi modern.

Tabel 1. Dampak Transformasi Digital terhadap Pengembangan Usaha

Aspek Bisnis	Dampak Transformasi Digital
Pemasaran	Memperluas jangkauan pasar
Penjualan	Meningkatkan volume penjualan
Komunikasi	Mempermudah interaksi dengan pelanggan
Operasional	Meningkatkan efisiensi usaha
Daya Saing	Memperkuat posisi bisnis di pasar

Berdasarkan tabel tersebut, dapat dipahami bahwa transformasi digital memberikan dampak positif terhadap berbagai aspek pengelolaan usaha modern. Digital marketing tidak hanya menjadi alat promosi, tetapi juga menjadi bagian dari strategi bisnis berkelanjutan.

B. Peran Digital Marketing dalam Optimalisasi Kinerja Usaha

Digital marketing merupakan bentuk pemasaran berbasis teknologi digital yang memanfaatkan internet dan media online sebagai sarana komunikasi bisnis dengan konsumen. Dalam perkembangan bisnis modern, digital marketing menjadi salah satu instrumen utama dalam meningkatkan efektivitas pemasaran dan memperkuat daya saing usaha. Penggunaan media sosial seperti Instagram, Facebook, TikTok, WhatsApp Business, dan marketplace membantu pelaku usaha menjangkau konsumen secara lebih luas dan interaktif.

Purwana et al. (2017) menjelaskan bahwa digital marketing membantu UMKM

meningkatkan kemampuan promosi produk melalui media digital yang lebih murah dan efektif dibandingkan metode pemasaran tradisional. Selain itu, digital marketing memungkinkan pelaku usaha melakukan segmentasi pasar secara lebih spesifik berdasarkan karakteristik konsumen.

Pemanfaatan digital marketing juga memberikan keuntungan dalam membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Pelaku usaha dapat melakukan komunikasi langsung dengan konsumen melalui media sosial dan platform digital sehingga mampu meningkatkan loyalitas pelanggan. Harto et al. (2021) menjelaskan bahwa strategi digital marketing memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen melalui penguatan brand image bisnis.

Beberapa manfaat digital marketing bagi pengembangan usaha antara lain:

1. Memperluas pasar secara nasional maupun internasional.
2. Mengurangi biaya promosi dan pemasaran.
3. Mempermudah komunikasi dengan konsumen.
4. Meningkatkan efektivitas branding produk.
5. Mempercepat proses transaksi bisnis.
6. Membantu analisis perilaku konsumen secara digital.

Perkembangan digital marketing juga membantu organisasi memperoleh data konsumen secara real time. Informasi tersebut dapat digunakan untuk menentukan strategi pemasaran yang lebih tepat sesuai kebutuhan pasar. Dengan demikian, digital marketing menjadi bagian penting dalam optimalisasi kinerja bisnis modern.

C. Pentingnya Penerapan K3 dalam Keberlanjutan Bisnis

Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3) merupakan salah satu aspek penting dalam menciptakan lingkungan kerja yang aman, sehat, dan produktif. Dalam konteks bisnis modern, penerapan K3 tidak hanya berkaitan dengan perlindungan tenaga kerja, tetapi juga berhubungan dengan peningkatan produktivitas dan keberlanjutan usaha. Organisasi yang memiliki sistem K3 yang baik cenderung memiliki tingkat produktivitas yang lebih tinggi karena mampu mengurangi risiko kecelakaan kerja dan gangguan kesehatan karyawan. Ramli (2010) menjelaskan bahwa sistem manajemen K3 merupakan bagian dari strategi organisasi dalam menciptakan budaya kerja yang aman dan efisien. Implementasi K3 membantu organisasi meningkatkan kualitas lingkungan kerja dan memperkuat efektivitas operasional bisnis.



Gambar 2. Kegiatan Pendampingan Penerapan K3

Sumber: Dokumentasi Penulis

Penerapan K3 pada UMKM menjadi semakin penting karena banyak usaha kecil masih memiliki keterbatasan dalam pengelolaan keselamatan kerja. Rendahnya kesadaran terhadap pentingnya K3 dapat menyebabkan meningkatnya risiko kecelakaan kerja yang berdampak terhadap penurunan produktivitas usaha. Putra (2017) menjelaskan bahwa penerapan inspeksi keselamatan kerja mampu membantu organisasi mencegah kecelakaan kerja dan meningkatkan kualitas lingkungan kerja. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan K3 memiliki hubungan erat dengan keberlangsungan usaha jangka panjang.

Tabel 2. Manfaat Penerapan K3 dalam Dunia Usaha

Penerapan K3	Dampak terhadap Bisnis
Penggunaan alat keselamatan	Mengurangi risiko kecelakaan
Edukasi keselamatan kerja	Meningkatkan kesadaran pekerja
Lingkungan kerja sehat	Meningkatkan produktivitas
Sistem kerja aman	Mengurangi kerugian usaha
Pengawasan kerja	Meningkatkan efisiensi operasional

Berdasarkan tabel tersebut, penerapan K3 memiliki kontribusi penting terhadap peningkatan efektivitas operasional dan keberlanjutan bisnis.

D. Sinergi K3 dan Digital Marketing dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha

Integrasi antara penerapan K3 dan strategi digital marketing menjadi pendekatan penting dalam pengembangan bisnis modern. Digital marketing

membantu organisasi meningkatkan kemampuan pemasaran dan memperluas pasar, sedangkan penerapan K3 membantu organisasi menciptakan lingkungan kerja yang aman dan produktif. Kombinasi keduanya mampu meningkatkan kualitas pengelolaan usaha secara menyeluruh.

Mobarok et al. (2024) menjelaskan bahwa sinergi digitalisasi dan kesadaran K3 mampu meningkatkan daya saing UMKM melalui peningkatan kualitas manajemen usaha dan efektivitas operasional bisnis. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan usaha modern tidak hanya dipengaruhi oleh kemampuan pemasaran, tetapi juga oleh kualitas pengelolaan sumber daya manusia.

Dalam era persaingan global, konsumen juga mulai memperhatikan aspek keamanan, profesionalisme, dan tanggung jawab sosial organisasi. Oleh karena itu, penerapan K3 dapat menjadi nilai tambah dalam membangun citra bisnis yang lebih profesional dan terpercaya. Sinergi antara K3 dan digital marketing memberikan beberapa keuntungan strategis, antara lain:

1. Meningkatkan profesionalisme usaha.
2. Meningkatkan kepercayaan konsumen.
3. Memperkuat branding bisnis.
4. Meningkatkan efektivitas operasional.
5. Mengurangi risiko kerugian usaha.
6. Mendukung keberlanjutan bisnis jangka panjang.

Integrasi antara digitalisasi bisnis dan budaya keselamatan kerja menjadi strategi penting dalam menghadapi perkembangan ekonomi digital yang semakin kompetitif.

E. Tantangan Implementasi K3 dan Digital Marketing pada UMKM

Meskipun memiliki banyak manfaat, implementasi digital marketing dan penerapan K3 masih menghadapi berbagai tantangan, khususnya pada sektor UMKM. Salah satu tantangan utama adalah rendahnya literasi digital dan keterbatasan kemampuan teknologi pelaku usaha. Banyak UMKM masih belum mampu memanfaatkan platform digital secara optimal dalam aktivitas pemasaran bisnis.

Agung et al. (2022) menjelaskan bahwa literasi digital menjadi faktor penting dalam mendukung keberhasilan transformasi bisnis berkelanjutan. Rendahnya pemahaman teknologi menyebabkan banyak pelaku usaha kesulitan mengembangkan strategi digital marketing secara efektif.

Penerapan K3 pada UMKM juga sering terkendala oleh keterbatasan biaya,

minimnya fasilitas keselamatan kerja, dan rendahnya kesadaran pelaku usaha terhadap pentingnya budaya kerja aman. Kondisi tersebut menyebabkan implementasi K3 pada usaha kecil masih belum berjalan secara optimal. Beberapa tantangan utama implementasi K3 dan digital marketing pada UMKM meliputi:

1. Rendahnya kemampuan digital pelaku usaha.
2. Keterbatasan modal dan infrastruktur teknologi.
3. Kurangnya pemahaman mengenai K3.
4. Minimnya pelatihan dan pendampingan usaha.
5. Persaingan bisnis digital yang semakin ketat.
6. Perubahan teknologi yang berlangsung sangat cepat.

Diperlukan dukungan dari pemerintah, akademisi, dan berbagai pihak terkait untuk meningkatkan literasi digital dan kesadaran K3 pada UMKM agar mampu bersaing secara berkelanjutan di era ekonomi digital.

Kesimpulan

Transformasi digital telah membawa perubahan besar terhadap pola pengelolaan bisnis modern, khususnya pada sektor UMKM dan kewirausahaan berbasis teknologi. Digital marketing menjadi salah satu strategi penting yang mampu membantu pelaku usaha meningkatkan efektivitas pemasaran, memperluas jangkauan pasar, serta memperkuat daya saing usaha di era ekonomi digital. Pemanfaatan media sosial, marketplace, e-commerce, dan berbagai platform digital lainnya memungkinkan proses komunikasi bisnis berlangsung lebih cepat, fleksibel, dan efisien. Berdasarkan hasil kajian literatur, digital marketing terbukti memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan penjualan, penguatan branding usaha, serta pengembangan bisnis berkelanjutan. Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi bisnis telah menjadi bagian penting dalam strategi pengembangan usaha modern.

Penerapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3) juga memiliki peran yang sangat penting dalam mendukung optimalisasi kinerja organisasi dan keberlanjutan usaha. Penerapan K3 membantu menciptakan lingkungan kerja yang aman, sehat, dan produktif sehingga mampu meningkatkan efektivitas operasional bisnis. Organisasi yang memiliki budaya keselamatan kerja yang baik cenderung memiliki tingkat produktivitas yang lebih tinggi karena mampu mengurangi risiko kecelakaan kerja, meningkatkan kenyamanan tenaga kerja, dan memperkuat kualitas manajemen usaha. Dalam konteks UMKM, penerapan K3 menjadi semakin penting karena

banyak usaha kecil masih menghadapi keterbatasan dalam pengelolaan keselamatan kerja dan perlindungan tenaga kerja.

Hasil pembahasan juga menunjukkan bahwa sinergi antara penerapan K3 dan strategi digital marketing memberikan dampak positif terhadap peningkatan daya saing bisnis berkelanjutan. Digital marketing membantu organisasi memperluas pasar dan meningkatkan hubungan dengan konsumen, sedangkan penerapan K3 membantu organisasi menciptakan sistem kerja yang lebih aman, profesional, dan efisien. Kombinasi kedua aspek tersebut mampu meningkatkan citra bisnis, memperkuat loyalitas pelanggan, serta mendukung keberlangsungan usaha dalam jangka panjang. Namun demikian, implementasi digital marketing dan penerapan K3 masih menghadapi berbagai tantangan seperti rendahnya literasi digital, keterbatasan sumber daya manusia, minimnya pemahaman tentang keselamatan kerja, dan keterbatasan modal usaha pada sektor UMKM.

Hal ini menegaskan bahwa penerapan K3 dan strategi digital marketing merupakan bagian penting dalam pengembangan bisnis modern yang berorientasi pada keberlanjutan usaha. Oleh karena itu, pelaku usaha perlu meningkatkan kemampuan digital, memperkuat strategi pemasaran berbasis teknologi, serta membangun budaya keselamatan kerja yang baik agar mampu menghadapi persaingan bisnis di era ekonomi digital. Selain itu, diperlukan dukungan pemerintah, akademisi, dan berbagai pihak terkait dalam bentuk pelatihan, edukasi, dan pendampingan usaha untuk meningkatkan kesiapan UMKM dalam mengimplementasikan digital marketing dan sistem K3 secara optimal. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan kajian bisnis berkelanjutan serta menjadi referensi praktis bagi pelaku usaha dalam meningkatkan kinerja dan daya saing bisnis modern.

Daftar Referensi

- Agung, A. S., Yudiandri, T. E., & Ernawati, H. (2022). Literasi digital pelaku umkm dalam upaya menciptakan bisnis berkelanjutan. *Jurnal Komunikasi Pemberdayaan*, 1(2), 87-103.
- Awa, A., Safari, A., & Riyanti, A. (2024). Peran digital marketing pada UMKM dengan prinsip-prinsip syariah. *Manajemen dan Pariwisata*, 3(2), 249-273.
- Awaluddin, A., & Rasmi, R. (2025). Analisis Model Digital Marketing Memediasi Pengaruh Transformasi Digital dan Innovation Performance dalam Meningkatkan Business Sustainability UMKM. *Jurnal Economic Resource*, 8(2), 1229-1241.

- De Moraes D'Angelo, I. B. (2025). Strategic Governance in Complex Systems: Regulation, Safety, and Digital Intelligence. *PROMESTRE Journal of Management and Innovation*, 3(1).
- Febriyantoro, M. T., & 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.
- Halik, R. A. F. (2023). Peran digital marketing dan inovasi produk terhadap kinerja bisnis yang berkelanjutan pada usaha mikro dan kecil agribisnis di Polewali Mandar. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 12(3), 556-563.
- Harto, B., Rozak, A., & Rukmana, A. Y. (2021). Strategi marketing belah doeren melalui digital marketing terhadap keputusan pembelian dimediasi brand image. *ATRABIS Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 7(1), 67-74.
- Kasim, E. Y., & Martana, C. R. (2024). Pemahaman Pemasaran Digital dan Sustainability pada UMKM dan Dampaknya terhadap Kinerja UMKM. *Journal of Innovation in Management, Accounting and Business*, 3(3), 221-229.
- Lagoe, C., & Newcomer, D. (2023). A systematic review of social marketing interventions promoting occupational health and safety. *Social Marketing Quarterly*, 29(4), 372-389.
- Lestari, P., & Saifuddin, M. (2020). Implementasi strategi promosi produk dalam proses keputusan pembelian melalui digital marketing saat pandemi covid'19. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 3(2), 90-98.
- Lusianty, V., & Rojuaniah, R. (2023). E-Commerce Adoption dan Digital Marketing Adoption terhadap Sustainability melalui Competitive Advantage pada UMKM Makanan dan Minuman DKI Jakarta. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(4), 9054-9069.
- Mobarok, F. F., Sihab, H. H., Nurfadillah, T. N., Azizah, N. A. N., & Srimurni, R. R. (2024). Sinergi Digitalisasi dan Kesadaran K3 sebagai Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM di Desa Lebakwangi. *PaKMas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 531-538.
- Mobarok, F. F., Sihab, H. H., Nurfadillah, T. N., Azizah, N. A. N., & Srimurni, R. R. (2024). Sinergi Digitalisasi dan Kesadaran K3 sebagai Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM di Desa Lebakwangi. *PaKMas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 531-538.
- Nastiti, P. K. Y., Damayanti, T. W., Rita, M. R., & Supramono, S. (2025). Role of business sustainability, patriotism of business actors, and digital transformation in increasing MSME tax compliance. *Cogent Business & Management*, 12(1), 2459328.
- Pradiani, T. (2017). Pengaruh sistem pemasaran digital marketing terhadap

- peningkatan volume penjualan hasil industri rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 11(2), 46-53.
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1-17.
- Putra, D. P. (2017). Penerapan inspeksi keselamatan dan kesehatan kerja sebagai upaya pencegahan kecelakaan kerja. *HIGEIA (Journal of Public Health Research and Development)*, 1(3), 73-83.
- Ramli, S. (2010). Sistem manajemen keselamatan dan kesehatan kerja OHSAS 18001. Jakarta: Dian Rakyat.
- Saputra, D. H., Sutiksno, D. U., Kusuma, A. H. P., Wahyuni, D., Purnomo, A., & Simarmata, J. (2020). *Digital marketing: komunikasi bisnis menjadi lebih mudah*. Yayasan Kita Menulis.
- Setyawan, M. A., Rachman, A., & Qory, H. I. L. A. (2025). Pendampingan bisnis untuk optimalisasi strategi pemasaran digital untuk peningkatan daya saing UMKM WRE Kitchen Banyuwangi. *Jurnal Inovasi Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 77-95.
- Vania, A., & Fikriah, N. L. (2023). The impact of creative digital marketing on the sustainability of MSME businesses: A mediating role of marketing performance. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 8(2), 141-150.
- Wardhana, A. (2015, April). Strategi digital marketing dan Implikasinya pada Keunggulan Bersaing UKM di Indonesia. In *Seminar Nasional Keuangan Dan Bisnis IV* (Vol. 4, pp. 327-337).
- Wati, S. K., & Widodo, E. K. (2023). Penerapan Digital Marketing pada UMKM: Analisis Bibliometrik. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital (Ekobil)*, 2(3), 46-49.