

Pendampingan Promosi Media Sosial dan Kesehatan Kerja pada UMKM Kerajinan Rotan

Merita Arini¹, Harumi Iring Primastuti², Rizkan Triatmaja³, Erviani Yanura Trisna Wijayasari⁴, Danis Noorveby Rachmawati⁵, Vicky Ramadhanu⁶

Keywords :

Media Sosial;
Instagram;
Keselamatan dan
Kesehatan Kerja;
UMKM

Correspondensi Author

¹Kedokteran dan Ilmu
Kesehatan, Universitas
Muhammadiyah Yogyakarta
merita.arini@umy.ac.id

History Article

Received: 22-10-2021;
Reviewed: 26-12-2021;
Accepted: 22-01-2022;
Available Online: 20-02-2022;
Published: 23-04-2022;

Abstrak. Tujuan dari pengabdian masyarakat ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mengenai pemasaran produk melalui media sosial dan pertolongan pertama pada kecelakaan kerja. Pengabdian masyarakat yang dilakukan menggunakan pendekatan action research di mana mitra terlibat dalam menentukan masalah prioritas yang dipecahkan serta bagaimana cara memecahkannya. Pengabdian dilakukan melalui program pendampingan dan pelatihan fotografi dasar, pengelolaan Instagram sebagai media promosi, serta pelatihan perawatan luka sayat sesuai risiko bidang pekerjaan. Didapatkan hasil tercapainya indikator: (1) mitra mengetahui teknik fotografi produk dasar, pemasaran online melalui Instagram, dan memiliki akun Instagram; serta (2) terampil melakukan perawatan luka. Pelatihan yang dilakukan dinyatakan bermanfaat bagi mitra untuk meningkatkan pemasaran melalui media sosial dan keterampilan dalam kesehatan kerja. Hasil pelatihan diharapkan dapat terus diterapkan untuk meningkatkan penjualan dan menjaga produktivitas mitra.

Abstract. This community service aims to increase knowledge and skills regarding product marketing through social media and first aid in work accidents. Community service was carried out using an action research approach where partners were involved in determining priority problems to be solved and how to solve them. Thi community service was carried out through mentoring programs and basic photography training, managing Instagram as a promotional medium, and training in wound care according to the risks of the field of work. The results of the achievement of indicators: (1) partners know and can conduct basic product photography techniques, online marketing through Instagram, and have an Instagram account; and (2) skilled in wound care. The training carried out is beneficial for partners to improve marketing through social media and skills in occupational health. The training results are expected to continue to be applied in increasing sales and maintaining partner productivity.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan suatu usaha ekonomi produktif yang pengelolaannya dilakukan oleh perseorangan atau badan usaha tertentu. Ketiga klasifikasi UMKM yaitu Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan Usaha Menengah ini ditetapkan berdasarkan Undang-Undang RI No 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Indonesia sendiri di tahun 2012 memiliki UMKM sebanyak 56.534.592 unit atau 99.99%, di mana sisanya sekitar 0.01% atau 4.968 unit adalah sebuah usaha besar (LPII dan Bank Indonesia, 2015).

Usaha masyarakat dalam bentuk UMKM memiliki pengaruh besar karena peran utamanya terhadap perkembangan dan kemajuan perekonomian negara maupun wilayah tertentu. Adanya UMKM dapat mengurangi jumlah pengangguran, sehingga dapat membantu mengurangi angka kemiskinan dan meningkatkan perekonomian di daerah tersebut (Srijani, 2020). Selain menyerap tenaga kerja, UMKM juga memberdayakan masyarakat sekitar tempat usaha (Kurniawan & Fauziah, 2014). Namun demikian, umumnya UMKM di Indonesia belum dikelola dengan pendekatan manajemen terkini termasuk keselamatan dan kesehatan kerjanya.

Penelitian menyebutkan bahwa pemasaran secara online akan memberikan dampak positif karena memiliki strategi pemasaran produk yang baik sehingga dapat meraih tujuan dengan mudah (Suripto, 2019). Media sosial (*facebook*, *twitter*, dan *Instagram*) terbukti efektif dalam kegiatan promosi online yang dapat dilihat dari peningkatan jumlah penjualan produk (Rifa'i & Hamidi, 2017). Semakin berkembangnya *e-commerce* (layanan yang digunakan untuk jual beli online) menyebabkan masyarakat lebih memilih untuk berbelanja *online* yang lebih mudah dan praktis. Hal tersebut menjadi penyebab berubahnya pola belanja masyarakat dari konvensional ke belanja online (Olii et al., 2020).

Di sisi lain, untuk menunjang produktivitas pekerja diperlukan penerapan keselamatan dan kesehatan kerja (K3). Berdasarkan wawancara pendahuluan, para pekerja maupun pemilik UMKM Bu Antik *Craft* juga belum mengetahui mengenai K3.

Menurut Undang-Undang RI Nomor 1 Tahun 1970 tentang Keselamatan Kerja menjelaskan bahwa pengurus diwajibkan menyelenggarakan pembinaan bagi semua tenaga kerja yang berada di bawah pimpinannya, dalam pencegahan kecelakaan dan pemberantasan kebarakaran, peningkatan keselamatan dan kesehatan kerja, serta pemberian pertolongan pertama pada kecelakaan. Peraturan Pemerintah RI Nomor 50 Tahun 2012 tentang Sistem Manajemen Keselamatan dan Kesehatan Kerja juga menyebutkan bahwa perusahaan harus mengevaluasi alat P3K dan menjamin bahwa sistem P3K yang ada memenuhi standar peraturan perundang-undangan dan pedoman teknis. Selain itu, risiko bahaya K3 dibagi menjadi beberapa hal, salah satunya adalah bahaya mekanik di mana bahaya ini bersumber dapat dari peralatan dan bahan yang digunakan. Peralatan mekanik dan tajam yang biasa digunakan adalah gergaji, pisau, palu, dan lain sebagainya. Peralatan tersebut apabila kontak dengan pekerja secara tidak sengaja maka akan menyebabkan kecelakaan ringan atau bahkan dapat menimbulkan luka atau infeksi yang parah (Sriagustini, 2020).

Dusun Ngijon, Kalurahan Sendangarum, Kapanewon Minggir, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) merupakan salah satu wilayah pedesaan yang memiliki beberapa UMKM seperti industri rumah tangga makanan ringan, makanan basah, dan kerajinan anyaman rotan. Salah satu UMKM yang bertahan dari masa ke masa di wilayah tersebut adalah kerajinan anyaman rotan. Bu Antik *Craft* yang merupakan *home industry* pengolah rotan yang telah berdiri sejak kurang lebih 7 tahun dan sampai saat ini memiliki 9 pekerja. Dalam menjalankan usahanya, UMKM ini memiliki berbagai permasalahan. Selama ini, pemasaran yang dilakukan oleh UMKM tersebut masih bersifat konvensional dan belum merambah ke pemasaran melalui media sosial maupun *e-commerce*, sehingga pemasaran atau penjualan produk UMKM ini masih terbatas di wilayah lokal. Pada hasil wawancara pendahuluan, diketahui pula bahwa pekerja dan pemilik UMKM Bu Antik *Craft* belum pernah mengetahui mengenai K3, sedangkan usaha tersebut memiliki risiko bahaya mekanik

seperti terjadinya luka sayat, luka robek, maupun luka tusuk.

Berdasarkan uraian tersebut di atas, maka pengabdian masyarakat yang diperlukan adalah dengan melakukan pendampingan serta pelatihan terkait pemasaran dan penerapan K3. Pendampingan dan pelatihan yang dibutuhkan untuk mengembangkan pemasaran produk meliputi fotografi dasar dan pengelolaan media sosial. Kegiatan pengabdian masyarakat yang juga diperlukan adalah pelatihan K3 sesuai faktor risiko yang dimiliki pekerja UMKM Bu Antik *Craft*. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pekerja maupun pemilik UMKM Bu Antik *Craft* mengenai promosi digital melalui media sosial untuk meningkatkan penjualan, serta pertolongan pertama pada kecelakaan di lingkungan kerja untuk menjaga produktivitas pekerja.

METODE

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan dengan pendekatan *action research* sebanyak 1 siklus. *Action research* yang dilakukan terdiri dari *diagnosing*, *planning action*, *action*, dan *evaluating action* (Coghlan & Brannick, 2005).

Diagnosing/ Assessment Masalah

Tahap ini dilakukan dengan melakukan wawancara mendalam dan observasi pada UMKM Bu Antik *Craft*. Didapatkan informasi bahwa usaha kerajinan tangan ini sudah berdiri sejak puluhan tahun yang lalu. Terdapat berbagai masalah yang dialami UMKM ini dalam menjalankan usahanya, di antaranya sulitnya mendapatkan tambahan tenaga kerja baru, terbatasnya pemasaran, serta belum mengenal K3 untuk pemeliharaan kesehatan pekerja.

Pada aspek pemasaran, UMKM tersebut menggunakan sistem penjualan konvensional, di mana penjualannya dilakukan *secara direct selling* atau tatap muka langsung. Usaha ini juga mulai menawarkan produk secara *online*, namun hanya sebatas menggunakan unggahan foto produk pada *Whatsapp story* pribadi pemilik UMKM. Pemilik menyakini bahwa di era digital ini pemanfaatan media sosial akan sangat membantu dalam kegiatan pemasaran produk. Media sosial maupun *marketplace*

belum digunakan karena keterbatasan pengetahuan pemilik, belum ada karyawan khusus yang ditunjuk mengelola media sosial, serta anggapan masih terbatasnya pekerja menjadi kekhawatiran bila pesanan terlalu banyak.

Tim pengabdian menginformasikan beberapa platform media sosial dan *e-commerce* yang dapat dilatihkan dan selanjutnya digunakan oleh mitra. Namun demikian karena pertimbangan-pertimbangan di atas, mitra memilih Instagram untuk memulai pemasaran yang menggunakan media sosial untuk menjangkau calon pelanggan yang lebih luas.

Selain itu, UMKM yang memiliki lima orang pekerja yang bekerja penuh waktu dan empat pekerja paruh waktu ini, seringkali mengalami kecelakaan kerja terutama dalam bentuk luka gores, luka tusuk, ataupun luka robek. Jenis luka terbuka ini sering dialami pekerja karena pekerjaan mereka yang menuntut harus melakukan pemotongan rotan, penjahitan, maupun menganyam rotan dengan tepi yang tajam. Pekerja maupun pemilik usaha belum pernah mendapatkan pelatihan mengenai K3 khususnya penatalaksanaan awal pada luka. Pelatihan penatalaksanaan awal pada luka menjadi penting sebagai pertolongan pertama ketika terjadi kecelakaan.

Planning Action

Tim pengabdian masyarakat mengkaji dari hasil *assessment* situasi, kebutuhan yang diperlukan di UMKM, serta *feasibility* pemecahan masalah yang dapat dijalankan. Perencanaan kegiatan selanjutnya dirumuskan bersama berdasarkan ketiga hal tersebut di atas serta menetapkan prioritas masalah yaitu keterbatasan pemasaran serta rendahnya pengetahuan pekerja dan pemilik tentang K3, khususnya mengenai penatalaksanaan awal terhadap luka. Oleh karena itu, dua hal perencanaan kegiatan yang paling memungkinkan untuk dilakukan yaitu:

1. Pelatihan fotografi & pengelolaan *Instagram* sebagai media promosi
Pekerja dilatih membuat foto produk sederhana menggunakan *smartphone*. Hasil foto digunakan sebagai bahan promosi di media sosial. Instagram dipilih karena bersifat *user friendly* dan dapat menjangkau masyarakat tanpa harus mempersyaratkan

pertemanan. Foto *smartphone* juga dipilih karena mudah digunakan, dan tidak berbiaya tinggi.

2. Pelatihan perawatan luka sayat
Pelatihan perawatan luka ini ditetapkan karena adanya faktor risiko kecelakaan kerja terkait jenis pekerjaan sebagaimana disebutkan di atas.

Waktu dan tempat pelaksanaan pelatihan ditentukan berdasarkan kesepakatan dengan mitra. Pemateri topik pembuatan foto adalah fotografer profesional. Adapun pelatihan pembuatan dan pengelolaan Instagram, serta pertolongan pertama pada luka sayat diberikan oleh tim pengabdian. Tim pengabdian merupakan dosen dan mahasiswa fakultas kedokteran.

Action

Tahap *action* ini meliputi pelaksanaan pendampingan dan pelatihan. Kegiatan pelatihan dilakukan dalam dua kali pertemuan di area produksi UMKM tersebut. Pelatihan pertama diikuti oleh enam orang partisipan pada kegiatan yang pertama dengan judul “*Sharing Session* Penggunaan Media Sosial dan Pelatihan Foto Produk.” Pelatihan kedua pada berjudul “Pelatihan Pertolongan Pertama Pada Kecelakaan (P3K) pada Pekerja UMKM” diikuti oleh lima orang pekerja Bu Antik Craft. Selama kegiatan berlangsung, dipastikan protokol kesehatan berupa memakai masker, mencuci tangan, ventilasi cukup, serta mengupayakan jaga jarak dipatuhi.

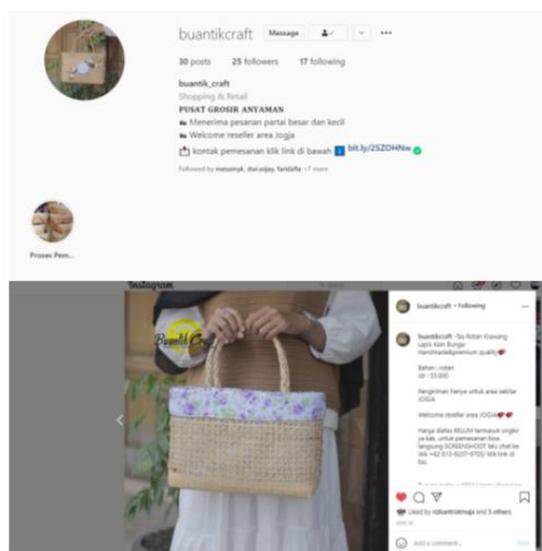
Tabel 1. Jadwal kegiatan pelatihan

No	Tanggal	Waktu	Kegiatan
1	07 Juni 2021	08.00 – 13.00	Pelatihan Fotografi & Pengelolaan Instagram sebagai Media Promosi
2	14 Juni 2021	08.00 – 10.00	Pelatihan Perawatan Luka Sayat



Gambar 1. Pelatihan Pengelolaan Instagram Sebagai Media Promosi

Dalam pelatihan pertama (Gambar 1), tim pengabdian masyarakat mengajarkan pemilik usaha untuk membuat akun *Gmail* dengan menggunakan identitas pemilik usaha Bu Antik Craft. Setelah didampingi membuat akun di *Gmail*, maka selanjutnya pemilik usaha didampingi membuat akun pada Instagram (Gambar 2). Pemasaran menggunakan Instagram kemudian dilanjutkan oleh salah satu pekerja yang ditunjuk untuk mengelola akun dan membuat foto produk yang dihasilkan dari usaha kerajinan tersebut.



Gambar 2. Akun Instagram sebagai Media Promosi Produk

Pada sesi kedua kegiatan pertemuan pertama ini juga dilakukan pelatihan fotografi. Pelatihan fotografi dipandu langsung oleh fotografer profesional. Partisipan diberikan pelatihan mengenai bagaimana cara untuk mengambil gambar dengan kualitas gambar yang baik meskipun menggunakan *smartphone*. Pekerja yang ditunjuk dan pemilik melakukan praktik

membuat foto produk dengan pendampingan pemateri.



Gambar 3. Hasil Pelatihan Pengambilan Gambar Foto Produk

Kegiatan kedua yang dilakukan berupa pelatihan perawatan luka sayat (Gambar 4). Partisipan dalam kegiatan ini dihadiri oleh pekerja Bu Antik *Craft* dan pemilik usaha. Kegiatan berlangsung dengan kondusif, dimulai dengan *warming up* kepada pekerja mengenai mengenai bahaya luka terbuka oleh tim pengabdian. Materi mengenai pentingnya dan bagaimana merawat luka sayat dengan benar kemudian disampaikan dalam ceramah dan sesi tanya jawab selama kurang lebih 45 menit. Tim pengabdian menggunakan poster sebagai media pendukung pembelajaran dalam pelatihan (Gambar 5). *Role play* disimulasikan oleh tim menggunakan peralatan perawatan luka sederhana yang mudah dibeli masyarakat, meliputi air bersih, povidone iodine, kassa steril, plester, dan lain sebagainya. Di akhir sesi, partisipan juga diminta untuk melakukan *role play* ulang mengenai bagaimana cara merawat luka yang benar.



Gambar 4. Pelatihan perawatan luka sayat



Gambar 5. Poster sebagai media pelatihan

Evaluation

Tahap terakhir kegiatan ini adalah dengan melakukan monitoring dan evaluasi terhadap kegiatan-kegiatan yang sedang dan telah dilakukan. Evaluasi ini merupakan rangkaian penilaian mengenai bagaimana antusiasme peserta, keaktifan mereka, serta bagaimana pemahaman sebelum dan setelah kegiatan dilakukan. Evaluasi dilakukan berdasarkan interaksi selama kegiatan berlangsung serta diskusi dengan para partisipan. Hasil dari evaluasi ini kemudian menjadi rekomendasi yang disampaikan kepada pemilik usaha.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat di Dusun Ngijon, Sendangarum, Minggir, Sleman, DIY ini dilakukan dengan pendekatan *action research*, dalam tahapan *diagnosis/assessment*, *planning/perencanaan*, pelaksanaan/*action* (pelatihan dan pendampingan), serta evaluasi dan monitoring. Kegiatan pelatihan dilakukan dengan dua waktu yang berbeda serta topik yang berbeda pula terkait pemasaran dan K3 sesuai kesepakatan dengan mitra. Berdasarkan kegiatan yang sudah dilakukan didapatkan capaian indikator berupa: (1) meningkatnya pengetahuan anggota UMKM mengenai fotografi dasar, pengelolaan Instagram dasar, dan terbentuknya akun Instagram aktif, serta (2) pekerja mengetahui dan terampil melakukan pertolongan pertama pada kecelakaan di lingkungan kerja berupa perawatan luka sayat.

Berdasarkan monitoring selama kegiatan didapatkan para pekerja antusias dalam mengikuti pelatihan, aktif berdiskusi, dan mempraktikkan tugas yang diberikan. Terkait dengan pelatihan fotografi dan pengelolaan media sosial, pekerja lansia tidak dapat sepenuhnya bisa mengikuti. Sehingga, direkomendasikan agar selanjutnya tugas pemasaran *online* terkait foto produk dan Instagram dikelola oleh satu pekerja yang ditunjuk.

Tidak ada kendala berarti dalam pelatihan K3 berupa perawatan luka. Dalam diskusi, partisipan mengungkapkan beragam mitos yang beredar di masyarakat mengenai perawatan luka seperti menggunakan air liur untuk mencegah infeksi. Selain itu, sebagian peserta juga meyakini bahwa luka sayat ringan tidak perlu dibersihkan karena dapat kering dan sembuh begitu saja. Tim pengabdian kemudian memberikan edukasi untuk meluruskan persepsi dan kepercayaan partisipan tersebut.

Terdapat faktor pendukung serta faktor penghambat yang berpengaruh pada capaian target di setiap kegiatan. Faktor pendukung yang mempengaruhi pencapaian adalah adanya dukungan kepada dukuh Ngijon dan Lurah Sendangarum, serta penerimaan yang baik dari mitra, yaitu UMKM Bu Antik *Craft*. Selain itu, semua

partisipan nampak tertarik dan sangat antusias menerima materi yang disampaikan, serta menunjukkan *intention to try* untuk menerapkan (khususnya perawatan luka bila terjadi luka di tempat kerja. Faktor penghambat yang didapatkan antara lain adalah adanya keterbatasan kemampuan penggunaan sosial media oleh pemilik terkait literasi teknologi, keterbatasan jumlah pekerja, serta terdapat beberapa pekerja UMKM yang masih mempercayai hoax mengenai perawatan luka.

Pembuatan akun Instagram sebagai media promosi produk bertujuan untuk meningkatkan pemasaran produk secara *online* agar mempermudah pelanggan dalam mengakses katalog produk, meningkatkan paparan promosi produk, membangun interaksi dan meningkatkan kepercayaan calon pelanggan. Selain itu, media sosial merupakan strategi yang potensial untuk memasarkan produk di era digital seperti sekarang ini. Dalam pengabdian masyarakat ini, pemasaran melalui *marketplace* dianggap belum menjadi prioritas terkait kurangnya kemampuan dalam pengelolaannya.

Terdapat banyak macam dari media sosial dengan masing-masing kekuatan dan kelemahannya. Pemilihan media sosial berupa Instagram ini didukung adanya peluang yang besar ketika menggunakan media sosial tersebut. Hal tersebut dilihat dari 700 juta pengguna yang aktif di setiap bulannya, sehingga jangkauan *Instagram* lebih luas daripada media sosial lainnya (Untari & Fajariana, 2018). Manfaat dari penggunaan media sosial telah dikenal sebagai media promosi produk yang murah untuk meningkatkan penjualan produk, memperkenalkan produk dan meningkatkan *brand awareness*, menarik pelanggan baru, potensi jangkauan global, meningkatkan loyalitas, menghemat biaya promosi dan operasional, serta memudahkan penjualan maupun transaksi (Situmorang *et al.*, 2018). Dalam berbagai kegiatan pendampingan masyarakat, pelatihan pemanfaatan media sosial guna mengembangkan UMKM terbukti bermanfaat dalam meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan UMKM itu sendiri, sehingga pendampingan kepada UMKM diperlukan untuk meningkatkan kualitas pemasaran secara *online* (Raharja & Natari, 2021).

Pelatihan fotografi juga mendukung pada pemasaran produk melalui media sosial dikarenakan gambar atau foto yang dihasilkan akan mempengaruhi interpretasi dan kepercayaan seseorang terhadap produk tersebut. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi seseorang dalam mengambil foto seperti faktor pencahayaan, faktor fotografer, dan faktor kamera (Purwanto & Veranita, 2018).

Meskipun demikian, terdapat kendala yang mungkin terjadi dalam pemasaran *online* atau *digital marketing*. Hambatan tersebut meliputi keterbatasan ide desain dan konsep untuk mengunggah konten gambar/foto ke media sosial. Faktor lainnya adalah faktor pengetahuan dan pengalaman pekerja dalam mengunggah konten yang menarik (Nuraini & Susilowati, 2021). Hambatan yang seringkali terjadi adalah kurangnya pengetahuan mengenai pemasaran secara *online* terkait literasi teknologi (Widyastuti *et al.*, 2016). Selain itu, kendala dalam bidang pemasaran produk berupa kebiasaan promosi dari mulut ke mulut maka akan berdampak sulitnya merubah paradigma kebutuhan pergeseran metode/strategi pemasaran (Werdani *et al.*, 2020). Selain itu, tantangan dan kendala UMKM dalam pemasaran *online* melalui media sosial tidak hanya bersaing di dalam negeri tetapi juga persaingan dari luar negeri (Rokhmah & Yahya, 2020).

Prioritas masalah kedua yang dipecahkan dalam pengabdian masyarakat ini adalah pengenalan mengenai keselamatan dan kesehatan kerja (K3) berupa pelatihan perawatan luka sayat. Metode pelatihan yang dilakukan tidak hanya ceramah namun ditunjang dengan poster dan *role play*. Pelatihan P3K ini dapat membantu meningkatkan pengetahuan dan perilaku seseorang ketika terjadi kecelakaan di tempat kerja (Mulyani *et al.*, 2019). Pelatihan dengan menggunakan poster dinilai sangat efektif untuk meningkatkan pengetahuan. Hal tersebut dikarenakan poster merupakan media yang sederhana, menarik, dan mudah dipahami oleh masyarakat, sehingga penggunaan media poster akan mempengaruhi kognitif yang dapat meningkatkan pengetahuan (Qomarrullah *et al.*, 2021). Dalam berbagai *setting* penelitian, *role play* atau simulasi dalam pelatihan perawatan luka efektif dalam meningkatkan

pengetahuan dan tindakan partisipan (Saputra *et al.*, 2019).

Kegiatan pengabdian masyarakat berupa pendampingan promosi digital dan kesehatan kerja ini merupakan *action research*. *Action research* sendiri digunakan sesuai dengan situasi nyata yang berfokus pada pencarian solusi dari masalah-masalah nyata yang terjadi (Hasan, 2009). *Action research* ini berhubungan dengan sebuah aksi pemberdayaan masyarakat serta berfokus pada sebuah program/ kegiatan dengan perubahan dalam masyarakat tersebut (Rahmat & Mirnawati, 2020). Pendekatan pemecahan masalah dengan *action research* umumnya dipilih karena mampu meningkatkan *awareness* mitra terhadap masalah yang ada, membangun *ownership* dan motivasi terhadap penerapan program, serta memungkinkan pembelajaran bersama serta keberlangsungan program (Jacobs, 2016).

Sebagaimana dijelaskan di atas, pendekatan *action research* menjadi kekuatan dari pengabdian masyarakat ini. Dalam hal ini mitra dilibatkan sejak awal penetapan prioritas masalah dan perumusan pemecahannya, sehingga dapat meningkatkan *ownership* terhadap program. Keberlanjutan program ini harapannya dapat dikembangkan lebih baik lagi oleh mitra. Namun demikian, terdapat beberapa keterbatasan dalam pengabdian masyarakat yang dilakukan. Penilaian yang dilakukan terbatas pada peningkatan pengetahuan dan ketrampilan pekerja maupun pemilik UMKM secara kualitatif. Keberhasilan dalam pengabdian ini mungkin juga bersifat *contextualized* sebagaimana karakteristik *action research*. Oleh karena itu, *transferability* kegiatan ini perlu dipertimbangkan dengan mengkaji konteks *setting* pengabdian yang telah dilaksanakan.

SIMPULAN DAN SARAN

Pada pengabdian masyarakat ini dapat terpenuhinya dua indikator berupa: (1) meningkatnya pengetahuan anggota UMKM mengenai fotografi dasar, pengelolaan Instagram dasar, dan terbentuknya akun Instagram aktif, serta (2) pekerja mengetahui dan terampil melakukan pertolongan pertama pada kecelakaan di lingkungan kerja berupa perawatan luka sayat. Capaian ini diharapkan dapat meningkatkan penjualan produk dan

menjaga produktivitas pekerja melalui pengenalan K3.

Diharapkan mitra hasil pelatihan dapat diterapkan secara berkesinambungan oleh mitra. *Stakeholder* juga diharapkan dapat meningkatkan dukungannya untuk mengembangkan strategi pemasaran UMKM khususnya meningkatkan kapasitas dalam melakukan promosi digital serta menjadikan keselamatan dan kesehatan kerja (K3) sebagai prioritas pengembangan program maupun pelatihan.

UCAPAN TERIMAKASIH

Tim pengabdian masyarakat mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang terlibat dalam kegiatan ini. Pengabdian masyarakat ini tidak dapat terlaksana dengan baik tanpa dukungan serta bantuan dari berbagai pihak. Ucapan terimakasih kami tujukan kepada LP3M UMY, Kepala Dukuh Ngijon, Lurah Sendangarum, serta Bu Antik *Craft* atas kerjasama yang baik dalam program pengabdian masyarakat ini.

DAFTAR RUJUKAN

- Coghlan, D., & Brannick, T. (2005). *Doing Action in Your Own Organization* (2nd ed.). SAGE Publications.
- Hasan. (2009). Action Research: Desain Penelitian Integratif untuk Mengatasi Permasalahan Masyarakat. *AKSES: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 4(8), 12. <https://publikasiilmiah.unwahas.ac.id/index.php/AKSES/article/view/523>
- Jacobs, S. D. (2016). The Use of Participatory Action Research within Education-Benefits to Stakeholders. *World Journal of Education*, 6(3), 48–55. <https://doi.org/10.5430/wje.v6n3p48>
- Kurniawan, F. D., & Fauziah, L. (2014). *Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Penanggulangan Kemiskinan*. 2(2), 103–220.
- LPII and Bank Indonesia. (2015). Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm). *Bank Indonesia Dan LPPi*, 1–135.
- Mulyani, Y., Gardiarini, P., & Karim, S. (2019). Penerapan Kesehatan Keselamatan Kerja (K3) Di UMKM Laundry Balikpapan. *Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara*, 2(2), 122. <https://doi.org/10.29407/ja.v2i2.12531>
- Nuraini, I., & Susilowati, D. (2021). *Pendampingan Pemasaran Online Pada Kelompok Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga Sejahtera (UPPKS) Di Kecamatan Lowokwaru Kota Malang*. 5(1), 30–41.
- Olii, M. R., Pratiknjo, M. H., & Matheosz, J. N. (2020). Online Shop Sebagai Alternatif Berbelanja Masyarakat Kota Manado. *Holistik*, 13(4), 1–18.
- PP RI No. 50 Tahun 2012 Tentang Sistem Manajemen Keselamatan dan Kesehatan Kerja. (2012). *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2012 Tentang Penerapan Sistem Manajemen Keselamatan Dan Kesehatan Kerja*. 66, 37–39.
- Purwanto, Y. S., & Veranita, M. (2018). Pelatihan Fotografi Dasar Bagi Pelaku Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Kecamatan Lengkong Kota Bandung. *Jurnal Dharma Bhakti Ekuitas*, 02(02), 2528–2190. <http://repository.ekuitas.ac.id/handle/123456789/427>
- Qomarrullah, R., Siahaan, J., Sawir, M., & S, L. W. (2021). *Efektivitas Media Poster Dalam Meningkatkan Pengetahuan Protokol Kesehatan Di Papua*. 12–18.
- Raharja, S. J., & Natari, S. U. (2021). Pengembangan Usaha Umkm Di Masa Pandemi Melalui Optimalisasi Penggunaan Dan Pengelolaan Media Digital. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 108. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v4i1.32361>
- Rahmat, A., & Mirnawati, M. (2020). Model Participation Action Research Dalam Pemberdayaan Masyarakat. *Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 6(1), 62. <https://doi.org/10.37905/aksara.6.1.62-71.2020>
- Rifa'i, M., & Hamidi. (2017). Efektivitas

- Promosi Online Dalam Pengambilan Keputusan Oleh Konsumen. *OPTIMA (Jurnal Ilmiah Bidang Agribisnis Dan Ekonomi)*, 1(2), 67–73.
- Rokhmah, B. E., & Yahya, I. (2020). Tantangan , Kendala , Dan Kesiapan Pemasaran. *Jurnal Manajemen Zakat Dan Wakaf*, 1(1), 20–31. <https://ejournal.iainsurakarta.ac.id/index.php/filantropi/article/view/2420/824>
- Saputra, W., Krisnana, I., Kurnia, iqlima dwi, & Kusumuanigrum, T. (2019). Metode Role play Meningkatkan Pengetahuan dan Tindakan Pertolongan. *Pediamoternal Nursing Journal*, 5(1).
- Situmorang, S. H., Mulyono, H., & Berampu, L. T. (2018). Peran dan Manfaat Sosial Media Marketing bagi Usaha Kecil. *AJEFB - Asian Journal of Entrepreneurship and Family Business*, 1(2), 77–84.
- Sriagustini, I. (2020). Analisis Risiko Kesehatan Dan Keselamatan Kerja Pada Pengrajin Mebeul Kayu D Kabupaten Tasikmalaya. *Jurnal Kesehatan Bidkesmas Respati*, 2(10), 17–27. <https://doi.org/10.48186/bidkes.v2i10.197>
- Srijani, K. N. (2020). Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 8(2), 191. <https://doi.org/10.25273/equilibrium.v8i2.7118>
- Suripto, T. (2019). Kajian Literatur Efektifitas Pemasaran Produk Dengan Menggunakan Sistim Online Marketing di Era Disruption. *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 8(2), 120. [https://doi.org/10.21927/jesi.2018.8\(2\).120-128](https://doi.org/10.21927/jesi.2018.8(2).120-128)
- Undang-Undang RI No 20 Tahun 2008. (2008). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008. 1.*
- Undang-Undang RI Nomor 1 Tahun 1970. (1970). Undang-undang Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 1970 Tentang Keselamatan Kerja. *Ann. Rep. Vet. Lab. N. England Zool. Soc. Chester Zool. Gardens*, 5, unpaginated.
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik). *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 2(2), 271–278. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta/article/view/4387>
- Werdani, R. E., Kurniawati, N. I., Sukoco, J. B., Windriya, A., & Iskandar, D. (2020). Pelatihan Pemasaran Produk Homemade Melalui Sosial Media. *JPPM (Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.30595/jppm.v4i1.4655>
- Widyastuti, D. A. R., Nuswantoro, R., & Sidhi, T. A. P. (2016). Literasi Digital pada Perempuan Pelaku Usaha Produktif di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal ASPIKOM*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v3i1.95>