



Penguatan Kapasitas Bisnis Pengrajin *Baralink* Berbasis Sistem Manajemen Keselamatan, Kesehatan Kerja, Dan Lingkungan (SMK3L)

Norminawati Dewi^{1*}, Marlia Adriana², Widiya Astuti Alam Sur³, Aidil Fajar Zulfahri⁴

Program Studi Teknologi Rekayasa Konstruksi Jalan dan Jembatan, Politeknik Negeri Tanah Laut

Jl. A. Yani Km. 6, Pelaihari, Kalimantan Selatan, Indonesia

¹norminadewi@politala.ac.id

²marlia@politala.ac.id

³widiyasur@politala.ac.id

Program Studi Teknologi Informasi, Politeknik Negeri Tanah Laut

Jl. A. Yani Km. 6, Pelaihari, Kalimantan Selatan, Indonesia

⁴aidil@politala.ac.id

Abstrak

Program PKM bersama Mitra Industri Rumah Tangga Bata Merah Soimah dilaksanakan melalui empat kegiatan utama, yaitu pelatihan pembuatan katalog digital sebagai media promosi, pelatihan SMK3L yang mencakup praktik penggunaan APAR dan edukasi bahaya paparan debu serta pentingnya APD, pelatihan penggunaan media sosial untuk digital *marketing*, serta *monitoring* dan evaluasi penerapan teknologi dan strategi pemasaran. Seluruh kegiatan menghasilkan peningkatan pemahaman mitra terkait keselamatan kerja, pembuatan konten promosi, dan pemanfaatan media digital dalam pemasaran. Selanjutnya, tim PKM akan melakukan evaluasi berkala guna menilai efektivitas penerapan SMK3L dan digital *marketing* dalam mendukung pengembangan usaha. Kebaruan kegiatan ini terletak pada penggabungan pelatihan SMK3L dan digital *branding* dalam satu model penguatan kapasitas bagi industri rumah tangga batu bata.

Kata Kunci: Pelatihan SMK3L, Pemberdayaan Pengrajin Bata, Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3), Pemasaran Digital, Pengembangan Kapasitas Usaha

Abstract

The PKM program conducted with the Bata Merah Soimah Household Industry Partner was carried out through four main activities, namely training on creating digital catalogs as promotional media, SMK3L training that included hands-on practice using fire extinguishers and education on dust exposure hazards and the importance of PPE, training on the use of social media for digital marketing, as well as monitoring and evaluating the implementation of technology and marketing strategies. All activities resulted in improved partner understanding of workplace safety, promotional content creation, and the use of digital media for marketing. Furthermore, the PKM team will conduct periodic evaluations to assess the effectiveness of SMK3L implementation and digital marketing in supporting business development. The novelty of this program lies in the integration of SMK3L training and digital branding within a single capacity-building model for household-scale brick-making industries.

Keyword: SMK3L Training, Empowerment of Brick Craftsmen, Occupational Safety and Health (OSH), Digital Marketing, Business Capacity Development.

I. PENDAHULUAN

Industri Rumah Tangga Batu Batu Soimah yang berlokasi di Desa Telaga, Kecamatan Pelaihari, Kabupaten Tanah Laut, telah beroperasi lebih dari sepuluh tahun dan menjadi salah satu sumber penghasilan utama masyarakat setempat. Usaha ini dikelola oleh dua orang pemilik dengan melibatkan tiga tenaga kerja, memproduksi bata merah konvensional serta bata ramah lingkungan atau BARALINK yang dibuat dari campuran tanah merah, abu akasia, dan abu las karbit sebagai bahan aditif untuk mempercepat proses pengeringan tanpa pembakaran.

Meskipun memiliki potensi pasar yang cukup baik, kegiatan usaha masih dijalankan secara konvensional, baik dari sisi produksi maupun pemasaran, serta belum sepenuhnya menerapkan prinsip keselamatan dan kesehatan kerja. Hingga saat ini belum ada program pendampingan yang secara terpadu menggabungkan penerapan SMK3L dengan strategi pemasaran digital, padahal kajian sebelumnya menunjukkan bahwa pengrajin bata menghadapi risiko K3 yang tinggi dan keterbatasan *literasi digital* dalam memasarkan produk. Kesenjangan inilah yang menjadi dasar perlunya pengabdian yang berfokus pada peningkatan keselamatan kerja sekaligus daya saing usaha.

Upaya ini tidak hanya bertujuan melindungi tenaga kerja dari risiko kecelakaan, tetapi juga menjaga keberlanjutan usaha dan lingkungan

sekitar. Sementara itu, strategi pemasaran diarahkan pada pemanfaatan media sosial dan platform digital untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan visibilitas produk, dan memperkenalkan keunggulan BARALINK sebagai alternatif bata ramah lingkungan. Dukungan berupa pelatihan pembuatan konten digital sederhana, desain identitas usaha seperti logo dan katalog produk, serta promosi *online* diharapkan mampu meningkatkan nilai jual, memperkuat citra usaha, dan membuka akses pasar yang lebih luas. Dengan adanya penguatan berbasis SMK3L serta inovasi pemasaran digital dan desain produk, Batu Bata Soimah berpeluang menjadi industri rumah tangga yang tidak hanya bertahan, tetapi juga berkembang secara adaptif, berdaya saing, dan berkelanjutan.

Berdasarkan pengamatan tim, proses produksi bata di Bata Merah Soimah dilakukan tanpa panduan standar operasional yang berbasis K3L (*Standar et al.*, 2020). Berikut adalah beberapa hal yang menjadi catatan tim, bagi para pekerja dan lingkungan kerja di antaranya pekerja rentan mengalami cedera akibat penggunaan alat produksi manual, pekerja terpapar debu tanah liat pada saat pencetakan dan pengeringan bata, pekerja menghirup asap pembakaran yang mengandung zat berbahaya, lingkungan kerja tidak tertata menyebabkan tingginya risiko kecelakaan, seperti terjatuh, tertimpa material, atau luka bakar dari tungku pembakaran dan tidak adanya pengelolaan limbah produksi bata. Kondisi

tersebut, diperburuk dengan tidak adanya pengetahuan, kesadaran, dan pemahaman pengrajin bata merah terhadap pentingnya keselamatan, kesehatan kerja, dan perlindungan lingkungan.



Gambar 1. Pekerja tidak menggunakan APD

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh International Labour Organization (ILO), tercatat bahwa di Indonesia terdapat 29 kasus kecelakaan kerja yang berakibat fatal per 100.000 tenaga kerja. Selain itu, sekitar 380.000 pekerja, atau setara dengan 13,7% dari total populasi pekerja, dilaporkan meninggal setiap tahunnya akibat kecelakaan kerja (*International Labor Organization*, 2018). Pekerja di sektor industri batu bata termasuk dalam kelompok yang memiliki tingkat risiko tinggi terhadap kecelakaan kerja, seperti tertimpa material batu bata atau terpapar insiden kebakaran. Selain itu, mereka juga rentan mengalami penyakit akibat kerja, seperti nyeri punggung bawah (*low back pain*), infeksi saluran pernapasan akut (ISPA), dermatitis, gangguan kulit lainnya,

serta kerusakan kuku (Fitriyani et al., 2023) Yang mana dari total 19 tahapan kerja yang dianalisis, terdapat 4 tahapan yang dikategorikan memiliki tingkat risiko ekstrem, 10 tahapan dengan tingkat risiko tinggi, 3 tahapan dengan tingkat risiko sedang, dan 2 tahapan dengan tingkat risiko rendah. Oleh karena itu, diperlukan penerapan langkah-langkah *mitigasi* risiko melalui penyediaan alat bantu kerja, seperti mesin pengaduk, serta penggunaan alat pelindung diri (APD) berupa sarung tangan, helm pelindung, dan sepatu *boots*. Selain itu, pengaturan waktu kerja yang optimal juga perlu diterapkan guna meningkatkan keselamatan dan kesehatan kerja.

Proses pencetakan batu bata merupakan bagian dari sektor pekerjaan informal yang diklasifikasikan dalam industri arang, pertambangan non-logam, serta kerajinan umum. Setiap tahapan pekerjaan yang dijalani oleh perajin batu bata memiliki potensi bahaya yang signifikan. Risiko kecelakaan kerja, seperti terjatuh, terpeleset, tersandung, dan tenggelam, dapat terjadi, khususnya ketika pekerja berada dalam kondisi kelelahan yang menyebabkan menurunnya tingkat konsentrasi dan keseimbangan, dengan tujuan untuk mengidentifikasi tahapan-tahapan kerja yang memiliki tingkat risiko tertinggi dalam keseluruhan proses produksi batu bata menggunakan embar *Job Safety Analysis* (Noor et al., 2018). Selain permasalahan terkait manajemen SMK3L hal yang menjadi perhatian bagi

pengrajin bata adalah bahwa rendahnya pemahaman pelaku usaha terhadap strategi pemasaran digital dan *branding* yang merupakan salah satu faktor utama penghambat pertumbuhan bisnis di era *e-commerce*. Penelitian yang dilakukan (Sudirjo *et al.*, 2023) menunjukkan penggunaan teknologi digital memungkinkan perusahaan untuk memberikan pengalaman yang personal, memperkuat hubungan dengan pelanggan, dan membangun loyalitas jangka panjang. Temuan ini menjadi dasar dalam merancang program pelatihan yang lebih tepat sasaran, dengan pendekatan berbasis kebutuhan nyata di lapangan. Selain itu, riset juga mengidentifikasi platform digital yang paling sering digunakan serta jenis konten promosi yang paling efektif, sehingga dapat dijadikan acuan dalam pembuatan luaran berupa poster dan video promosi. Dengan dukungan hasil riset ini, kegiatan yang diusulkan tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga aplikatif dan berbasis data, yang pada akhirnya akan meningkatkan efektivitas dan keberhasilan program secara keseluruhan.

Tim pengusul melakukan (Adriana *et al.*, 2023) riset terkait penggunaan material bahan utama yang telah ditambahkan limbah abu akasia dan abu las karbit sebagai material Bata Ramah Lingkungan (BARALINK) tanpa pembakaran dengan objek penelitian usaha Bata Merah Soimah. Tim pengusul juga melakukan penelitian dengan judul Analisis Perhitungan Penyusutan Aset Tetap terhadap Laba

Perusahaan PT. Campina Ice Cream Industry Tbk yang dimana dengan melakukan perhitungan penyusutan aset tetap terhadap laba (Jannati *et al.*, 2021) penggunaan metode jumlah angka tahun dan metode saldo menurun ganda kurang efektif karena perlakuan pembebanan yang tidak merata dan menurun setiap tahun sehingga pada awal periode akuntansi laba yang diperoleh cenderung kecil sementara pada periode berikutnya sampai dengan habis umur aset tetap laba yang diperoleh nilainya tinggi sehingga dapat menjadi dasar dalam analisis laba dari pemasaran BARALINK di usaha batu bata soimah. Tim juga telah melakukan (Hayatie *et al.*, 2021) pengabdian kepada masyarakat terkait Sosialisasi strategi pemasaran berbasis *online* pada produk usaha mikro kecil dan menengah.

Berbagai penelitian pengabdian sebelumnya menunjukkan bahwa penguatan kapasitas UMKM melalui *digital marketing* dan *content branding* mampu meningkatkan visibilitas usaha secara signifikan (Widiastuti *et al.*, 2021). Upaya peningkatan identitas visual dan optimalisasi media sosial juga terbukti efektif memperluas jangkauan promosi sebagaimana ditunjukkan oleh pelatihan desain konten Instagram pada komunitas pendidikan (Purwati *et al.*, 2024). Selain itu, penerapan teknologi tepat guna dan pendampingan pemasaran digital pada industri kecil terbukti mampu meningkatkan produktivitas serta kesiapan pelaku usaha dalam beradaptasi dengan

perubahan kebutuhan pasar (Prihandiwati *et al.*, 2024).

Dengan demikian, tujuan utama pengabdian ini adalah meningkatkan kapasitas usaha melalui penerapan SMK3L yang lebih baik, penguatan keterampilan pemasaran digital, serta pendampingan berkelanjutan agar industri rumah tangga Bata Merah Soimah mampu berkembang secara aman, adaptif, dan berdaya saing. Selain itu, program ini memberikan keterampilan kepada masyarakat berupa pelatihan penggunaan internet dan sosial media. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini dengan memberikan sosialisasi kepada masyarakat tentang strategi dalam memasarkan produk secara *online*. Kegiatan ini dilaksanakan di Desa Kayu Abang Kecamatan Tambang Ulang Kabupaten Tanah Laut. Peserta kegiatan ini adalah para remaja usia produktif dengan jumlah sekitar 20 orang. Hasil yang didapatkan dalam program pendampingan ini adalah para remaja memiliki keterampilan memasarkan produk yang dijual secara *online* melalui media sosial. Dengan demikian, diperlukan suatu kajian yang mendalam terkait pengembangan model pemasaran batu bata yang berorientasi pada prinsip ramah lingkungan dengan memperhatikan persepsi dan preferensi konsumen (Devi & Primasanti, 2020).

II. METODE

A. Lokasi dan Waktu Kegiatan

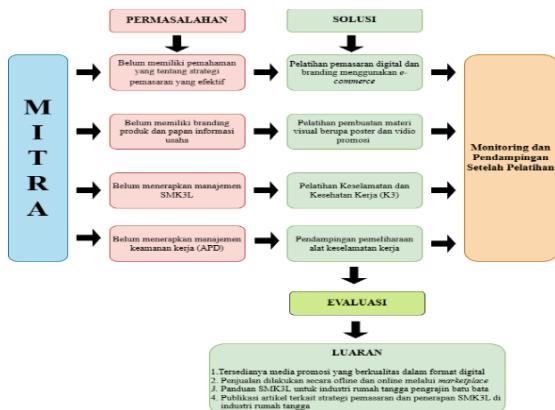
Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan di Pengrajin Batu Merah Soimah di Desa Talaga, Kecamatan Pelaihari, Kabupaten Tanah Laut. Kegiatan ini dilaksanakan mulai tanggal 17 September 2025 sampai tanggal 05 November 2025.

B. Sasaran Kegiatan

Sasaran kegiatan ini adalah pengrajin dan pekerja pada Industri Rumah Tangga Bata Merah Soimah sebagai penerima utama pendampingan, terutama dalam peningkatan pemahaman SMK3L, penggunaan APD, dan praktik keselamatan kerja. Kegiatan juga menyasar penguatan *literasi digital* mitra melalui pelatihan pembuatan katalog, konten promosi, dan pemanfaatan media sosial untuk pemasaran. Selain itu, program ini ditujukan untuk meningkatkan kapasitas usaha agar lebih adaptif dan kompetitif, dengan manfaat tidak langsung bagi masyarakat sekitar melalui terciptanya lingkungan kerja yang lebih aman dan berkembangnya usaha lokal.

C. Tahapan Kegiatan

Tahapan pelaksanaan kegiatan dapat dilihat pada Gambar 2 berikut:



Gambar 2. Tahapan Pelaksanaan kegiatan PKM

Sosialisasi dalam pelaksanaan program dilakukan oleh tim PKM untuk memberikan pemahaman awal kepada pengrajin bata terkait pentingnya penerapan SMK3L serta strategi pemasaran berbasis *digital branding*. Pada tahap ini, pengrajin diberikan edukasi mengenai manfaat SMK3L dalam menciptakan lingkungan kerja yang aman dan sehat, sekaligus diperkenalkan pada konsep *digital branding* sebagai upaya memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk.

Tahap pelatihan kemudian dilaksanakan dengan materi mencakup pemasaran digital, pembuatan konten promosi, *branding* produk, dan implementasi SMK3L. Pengrajin dibimbing dalam menerapkan strategi digital untuk mempromosikan produk bata, termasuk bata ramah lingkungan, serta mempelajari teknik identifikasi dan pengendalian risiko selama proses produksi. Selain itu, pelatihan pemeliharaan alat K3 juga diberikan untuk memastikan keselamatan kerja tetap terjaga.

Penerapan teknologi menjadi bagian penting dalam program ini, terutama dalam mendukung pelaksanaan SMK3L dan strategi *digital branding*. Pengrajin diperkenalkan pada penggunaan alat pelindung diri dan sistem pengendalian limbah. Pelatihan perangkat digital diberikan untuk membantu pengrajin membuat konten promosi dan memanfaatkan media sosial serta *marketplace* sebagai sarana pemasaran dan periklanan.

Selanjutnya, proses pendampingan dan evaluasi dilakukan untuk memastikan keterlaksanaan SMK3L dan efektivitas strategi *digital branding* pada mitra. Tim PKM memberikan bimbingan langsung mengenai penggunaan APD, prosedur kerja aman, serta pengelolaan konten promosi.

D. Teknik Validasi

Evaluasi program dilakukan melalui observasi langsung terhadap penerapan SMK3L, penggunaan APD, serta perubahan perilaku kerja di lokasi mitra, disertai penilaian hasil praktik seperti katalog digital, konten promosi, papan nama usaha, dan penggunaan akun media sosial sebagai media pemasaran. Tim PKM juga melakukan wawancara dan diskusi dengan pemilik serta pekerja untuk menilai pemahaman mereka terhadap materi pelatihan, termasuk penggunaan APAR, APD, serta strategi *digital marketing*. Selain itu, *monitoring* berkala digunakan untuk menilai konsistensi penerapan SMK3L dan efektivitas pemanfaatan media digital, dengan dukungan dokumentasi foto,

catatan lapangan, dan tampilan akun promosi sebagai bukti capaian perkembangan mitra.

E. Indikator Keberhasilan

Keberhasilan program diukur melalui indikator kuantitatif berupa terlaksananya rangkaian pelatihan (katalog digital, konten promosi, pemasaran digital, dan SMK3L), kehadiran peserta pelatihan sebanyak 25 orang, serta tersedianya luaran nyata seperti papan nama usaha, katalog digital, konten promosi, dan akun media sosial yang telah dibuat dan digunakan mitra. Secara kualitatif, keberhasilan ditunjukkan oleh meningkatnya pemahaman mitra terhadap SMK3L, perubahan perilaku penggunaan APD, kemampuan membuat konten promosi secara mandiri, serta meningkatnya kesadaran akan pentingnya *branding* dan pemasaran digital dalam pengembangan usaha.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

Pelaksanaan kegiatan pengabdian menghasilkan sejumlah capaian terukur yang muncul dari rangkaian sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, serta pendampingan. Hasil utama terlihat pada meningkatnya kualitas pemasaran digital mitra, ketersediaan media promosi, peningkatan pemahaman terhadap SMK3L, serta perubahan perilaku kerja yang mulai menerapkan penggunaan APD.

Kegiatan sosialisasi berhasil memberikan pemahaman awal mengenai pentingnya

SMK3L dan *digital branding* kepada pengrajin Bata Merah Soimah.



Gambar 3. Sosialisasi awal ke lokasi mitra

Pelatihan yang dilakukan telah menghasilkan produk nyata berupa katalog digital, papan nama usaha, konten promosi, serta *aktivasi* akun media sosial seperti WhatsApp, Facebook, dan Instagram.



Gambar 4. Pelatihan pembuatan katalog digital dan konten promosi

Di bidang SMK3L, pelatihan penggunaan APAR dan APD memperlihatkan perubahan perilaku pekerja, yang sebelumnya tidak menggunakan APD dan kini mulai menerapkannya dalam aktivitas produksi.



Gambar 5. Pelatihan SMK3L dan APD

Berdasarkan kegiatan yang telah dilakukan, terjadi perubahan kondisi mitra pada saat sebelum dan sesudah pelaksanaan pengabdian. Perubahan kondisi mitra dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Perubahan kondisi mitra

Aspek yang Dinilai	Sebelum Program	Setelah Program
Penggunaan APD	Tidak menggunakan APD; paparan debu tinggi; risiko cedera tinggi	Mulai menggunakan APD (helm, sarung tangan, masker) dalam aktivitas produksi
Pemahaman SMK3L	Tidak ada pengetahuan SMK3L; tidak ada SOP kerja	Memahami bahaya kerja, praktik APAR, identifikasi risiko, serta tata kelola lingkungan
Pemasaran	Hanya mulut ke mulut; tanpa branding	Memiliki katalog digital, konten promosi, dan papan nama usaha

Aspek yang Dinilai	Sebelum Program	Setelah Program
Media Sosial untuk Promosi	Tidak memiliki akun digital marketing	Akun WhatsApp/ Instagram/ Facebook aktif; digunakan untuk promosi
Jangkauan Promosi	Tidak ada promosi digital	Iklan digital menjangkau 18.323 akun dan 94 views (Facebook Ads)
Identitas Usaha	Tidak memiliki logo dan papan nama	Papan nama + logo usaha hasil desain tim PKM

Hasil program ini sejalan dengan penelitian Kurniawan *et al.* (2024) yang menegaskan bahwa pelatihan K3 pada industri batu bata berperan penting dalam menurunkan risiko kecelakaan kerja serta meningkatkan kesadaran pekerja terhadap bahaya paparan debu dan kondisi kerja yang tidak aman. Temuan tersebut konsisten dengan kondisi mitra Bata Merah Soimah, yang setelah pelatihan SMK3L mulai menunjukkan perubahan perilaku dalam penggunaan APD, memahami prosedur kerja aman, dan menerapkan langkah pengendalian risiko di area produksi. Keselarasan antara hasil PKM dan temuan Kurniawan *et al.* memperkuat bahwa pendekatan edukatif dan praktik langsung dalam penerapan SMK3L merupakan intervensi yang efektif bagi industri rumah tangga berbasis produksi bata.

Penerapan SMK3L pada mitra menunjukkan perubahan yang signifikan dibanding kondisi awal. Sebelum program, pekerja tidak menggunakan APD, area kerja berantakan, dan tidak ada pemahaman mengenai bahaya debu, risiko kecelakaan, maupun penggunaan APAR. Setelah pelatihan, mitra mulai menerapkan penggunaan APD seperti helm, sarung tangan, sepatu kerja, dan masker. Mereka juga telah memahami prosedur kerja aman, identifikasi bahaya, serta pengendalian risiko. Material edukasi SMK3L berupa papan edukasi K3 turut dipasang untuk meningkatkan kesadaran pekerja saat bekerja di area produksi.

Perubahan ini didokumentasikan melalui foto pekerja yang sudah menggunakan APD, serta bukti pelaksanaan praktik APAR dan praktik SMK3L lain di lokasi usaha.

B. Pembahasan

Pelaksanaan program PKM menunjukkan adanya perubahan nyata pada mitra Bata Merah Soimah, terutama dalam aspek keselamatan kerja dan literasi pemasaran digital. Kondisi awal mitra yang belum memahami SMK3L, tidak menggunakan APD, serta menjalankan proses produksi secara konvensional menjadi tantangan utama dalam menciptakan lingkungan kerja yang aman. Melalui kegiatan sosialisasi dan pelatihan, mitra mulai memahami risiko kerja yang muncul dalam proses pembuatan bata, termasuk bahaya paparan debu, potensi

cedera, dan cara penggunaan APAR untuk pencegahan kebakaran. Perubahan perilaku, yang ditunjukkan dengan mulai digunakannya APD, merupakan indikator penting bahwa peningkatan pemahaman telah terjadi.

Penerapan digital *marketing* juga memberikan transformasi signifikan dalam sistem pemasaran mitra. Sebelum program, pemasaran hanya mengandalkan metode tradisional melalui penjualan langsung dan informasi dari mulut ke mulut. Setelah pelatihan, mitra mampu membuat katalog digital, konten promosi, serta mengoperasikan platform media sosial seperti Instagram, Facebook, *TikTok*, dan *marketplace*. Kehadiran papan nama usaha dan konten digital memberikan identitas visual baru yang membantu meningkatkan profesionalitas usaha. Perubahan ini menjadi fondasi bagi perluasan jangkauan pasar secara lebih modern dan terstruktur.

Hasil program PKM ini selaras dengan temuan Kurniawan *et al.* (2024), yang menekankan bahwa pelatihan keselamatan kerja pada industri batu bata efektif meningkatkan kesadaran pekerja dan menurunkan risiko kecelakaan. Dalam penelitian tersebut, edukasi K3 terbukti mendorong perubahan perilaku pekerja dalam mengenali bahaya kerja serta menerapkan tindakan pencegahan. Konsistensi ini terlihat pula pada mitra Merah Soimah, yang menunjukkan peningkatan kepatuhan terhadap penggunaan APD dan pemahaman

mengenai pengendalian risiko. Hal ini menguatkan bahwa pendekatan edukatif, disertai praktik langsung, merupakan metode yang tepat untuk sektor industri rumah tangga yang minim pemahaman K3.

Secara keseluruhan, integrasi SMK3L dan pemasaran digital dalam program PKM terbukti memberikan dampak positif terhadap pengembangan kapasitas mitra. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan keamanan dan kenyamanan lingkungan kerja, tetapi juga memperluas peluang usaha melalui strategi *branding* dan promosi yang lebih efektif. Kombinasi kedua aspek tersebut menjadi model penguatan kapasitas yang relevan dan dapat di replikasi untuk industri rumah tangga lain yang menghadapi tantangan serupa.

IV. PENUTUP

Program PKM memberikan dampak nyata bagi pengembangan usaha Bata Merah Soimah melalui empat aspek utama. Pertama, terjadi peningkatan signifikan dalam pemasaran digital, ditandai dengan tersusunnya katalog digital, konten promosi, papan nama usaha, serta *aktivasi* akun Instagram, Facebook, *TikTok*, dan *marketplace* yang sebelumnya tidak dimiliki. Kedua, penerapan alat pelindung diri (APD) mulai dilakukan oleh pekerja setelah pelatihan, menunjukkan perubahan perilaku dari kondisi awal yang sama sekali tidak menggunakan APD. Ketiga, pelatihan SMK3L memberikan pemahaman baru mengenai penggunaan APAR, identifikasi bahaya kerja, dan

pengendalian risiko, yang sejalan dengan penelitian Kurniawan et al. (2024) tentang efektivitas pelatihan K3 pada industri batu bata dalam menurunkan risiko kecelakaan. Keempat, tersedianya luaran visual usaha berupa katalog dan konten promosi berfungsi sebagai galeri produk digital yang memperkuat identitas usaha dan meningkatkan daya tarik konsumen.

Untuk menjaga keberlanjutan hasil program, mitra diarahkan untuk memperbarui konten secara rutin pada platform digital, mempertahankan penggunaan APD, memasang papan edukasi SMK3L sebagai pengingat, serta melakukan pelatihan internal bagi pekerja baru. Selanjutnya, *monitoring* jangka panjang akan dilakukan melalui kunjungan berkala untuk mengevaluasi penerapan SMK3L, konsistensi penggunaan APD, perkembangan aktivitas pemasaran digital, serta keberlanjutan pemanfaatan media promosi. Evaluasi ini juga akan mencakup pemeriksaan kondisi papan nama, kualitas katalog digital, dan wawancara singkat dengan pemilik maupun pekerja untuk mengidentifikasi kebutuhan pendampingan lanjutan. Dengan demikian, program ini tidak hanya menghasilkan perubahan jangka pendek, tetapi juga membangun sistem yang mendorong peningkatan kapasitas usaha secara berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Kementerian Pendidikan Tinggi

Sains dan Teknologi atas dukungan pendanaan melalui Program Pengabdian kepada Masyarakat. Penulis mengucapkan terima kasih kepada Direktur Politeknik Negeri Tanah Laut yang telah membantu pelaksanaan kegiatan PKM. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada mitra industri rumah tangga Bata Merah Soimah dan seluruh tim PKM atas kerja sama dan bantuan selama kegiatan berlangsung. Serta kepada Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains dan Teknologi yang telah memberikan hibah lewat PKM Bima hingga pengabdian ini dapat terlaksana dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Adriana, M., Dewi, N., Kurniawan, B., & Safitri, I. (2023). Effect of The Addition of Acacia Powder Ash and Carbide Welding Ash to Increase the Production of Brick Craftsmen. *International Journal of Research in Vocational Studies (IJRVOCAS)*, 2(4), 01–07.
<https://doi.org/10.53893/ijrvocas.v2i4.155>
- Devi, A. O. T., & Primasanti, Y. (2020). Model Pemasaran Batu Bata Ramah Lingkungan Berdasarkan Persepsi Konsumen. *J@ti Undip : Jurnal Teknik Industri*, 15(3), 153–161.
<https://doi.org/10.14710/jati.15.3.153-161>
- Fitriyani, Gusti, A., & Hermawati, F. (2023). Analisis Risiko Keselamatan dan Kesehatan Kerja pada Pekerja Industri Batu Bata di Kabupaten Padang Pariaman. *Jurnal Keselamatan Kesehatan Kerja Dan Lingkungan (JK3L)*, 04(1), 47–56.
- Hayatie, M. N., Gautama, M. S., & Alam Sur, W. A. (2021). Sosialisasi Strategi Pemasaran Berbasis Online Pada Produk Usaha Mikro Kecil Dan Menengah. *Bubungan Tinggi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 58–62.
<https://doi.org/10.20527/btjpm.v3i1.2366>
- International Labor Organization. (2018). Meningkatkan Keselamatan dan Kesehatan Pekerja Muda. In Kantor Perburuhan Internasional , CH- 1211 Geneva 22, Switzerland.
- Jannati, B., Sur, W. A. A., & Machfiroh, I. S. (2021). Analisis Perhitungan Penyusutan Aset Tetap terhadap Laba Perusahaan PT. Campina Ice Cream Industry Tbk. *Indonesian Journal of Applied Accounting and Finance*, 1(1), 59–69.
<https://doi.org/10.31961/ijaaf.v1i1.1174>
- Kurniawan, M. A., Tambun, M. S. M. O. S. S., & 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
- Noor, I. H., Setyaningrum, R., & Azmi, M. (2018). Penilaian Risiko Kerja Pada Pekerja Pencetak Batu Bata Kabupaten Banjar. *Jurnal Kebijakan Pembangunan*, 13, 167–172.

Prihandiwati, E., Niah, R., & Kurniyanto Abdullah, R. (2024). Penggunaan teknologi tepat guna dalam pengolahan produk abon ikan di Kelurahan Alalak Utara. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat MEDITEG*, 9(2), November 2024.

Purwati, Y., Al Fauzan, L., & Morallez, A. L. (2024). Pelatihan desain konten Instagram untuk penguatan branding SD Qaryah Thayyibah Purwokerto. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat MEDITEG*, 9(1), Juni 2024.

Standar, R., Indonesia, N., & Iwa, I. S. O. (2020). Manajemen risiko — Pedoman penggunaan ISO 31000 dalam sistem manajemen. 2020.

Sudirjo, F., Purwati, T., Widyastuti, W., Budiman, Y. U., & ... (2023). Analisis Dampak Strategi Pemasaran Digital dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan: Perspektif Industri E-commerce. *Jurnal Pendidikan* ..., 7, 7524–7532.

<https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/7422%0Ahttps://jptam.org/index.php/jptam/article/download/7422/6136>

Widiastuti, T., Miharja, E., & Hatta, H. (2021). Pemberdayaan komunitas wirausaha muda berbasis content marketing. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat MEDITEG*, 6(2), November 2021.

RIWAYAT HIDUP PENULIS

Ir. Norminawati Dewi, S.T., M.T



Lahir di Banjar, Tanggal 15 September 1997. Dosen pada Program Studi Rekayasa Konstruksi Jalan dan Jembatan, Politeknik Negeri Tanah Laut pada Bidang Rekayasa Geoteknik. Studi S1 bidang Teknik Sipil Fakultas Teknik, Universitas Lambung Mangkurat, Banjarbaru, lulus tahun 2018; S2 bidang Rekayasa Geoteknik Fakultas Teknik, Universitas Lambung Mangkurat, Banjarmasin, lulus tahun 2018.

Ir. Marlia Adriana, S.T., M.T



Lahir di Batu-Batu, Tanggal 23 Maret 1982. Dosen pada Program Studi Rekayasa Konstruksi Jalan dan Jembatan, Politeknik Negeri Tanah Laut pada Bidang Rekayasa Arsitektur. Studi S1 bidang Teknik Arsitektur, Universitas Brawijaya, Malang, lulus tahun 2004; S2 bidang Teknik Arsitektur (Perumahan dan Permukiman), Institut Teknologi Bandung, Bandung, lulus tahun 2007.

Widiya Astuti Alam Sur, S. Pd., M. Sc



Lahir di Gunturu, Tanggal 14 Oktober 1991. Dosen pada Program Studi Rekayasa Konstruksi Jalan dan Jembatan, Politeknik Negeri Tanah Laut pada Bidang Rekayasa Matematika. Studi S1 bidang pendidikan matematika, Universitas Negeri Makassar, Makasar, lulus tahun 2013; S2 bidang Master of Science, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, lulus tahun 2018.

Aidil Fajar Zulfahri, S. Kom., M.Kom



Lahir di Banjarmasin, Tanggal 13 Mei 1994. Dosen pada Program Studi Teknologi Informasi, Politeknik Negeri Tanah Laut pada bidang Sistem Informasi. Studi S1 bidang Teknik Informastika, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Malang, lulus tahun 2016. S2 Bidang Sistem Informasi, Sekolah Pascasarjana, Universitas Diponegoro Semarang, lulus tahun 2020.

