

PENINGKATAN KAPASITAS PEMASARAN DIGITAL DAN KESELAMATAN KERJA BAGI PENGRAJIN PERAHU FIBER DESA BULANG LINTANG, KOTA BATAM

ENHANCING DIGITAL MARKETING CAPACITY AND OCCUPATIONAL SAFETY FOR FIBERGLASS BOAT ARTISANS IN BULANG LINTANG VILLAGE, BATAM CITY

Sumardin¹, Ice Irawati^{2*}, Evanda Sabrina¹, Aril Ramadhan Saputra³

¹(Prodi S2 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Ibnu Sina, Indonesia), ²(Prodi Kesehatan dan Keselamatan Kerja, Fakultas Ilmu Kesehatan, Universitas Ibnu Sina, Indonesia)

³(Prodi S1 Teknik Industri, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Ibnu Sina, Indonesia)

¹sumardin@uis.ac.id, ²ice.irawati@uis.ac.id, ³evandasabrina5@gmail.com,

⁴rarilramadhan@gmail.com

Abstrak. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini telah berhasil dilaksanakan pada kelompok pekerja pembuat perahu viber yang berlokasi di Desa Bulang Lintang, Kecamatan Bulang, Kota Batam. Kegiatan ini melibatkan 12 orang pekerja yang tergabung dalam satu unit UMKM pembuatan perahu fiber dengan kapasitas produksi minimal 5 unit perahu per bulan. Tujuan kegiatan ini adalah meningkatkan pemahaman dan kemampuan pekerja dalam manajemen pemasaran digital serta meningkatkan manajemen SDM keselamatan dan kesehatan kerja melalui pemberian alat pelindung diri (APD). Metode yang digunakan meliputi edukasi manajemen pemasaran digital serta manajemen SDM dan kegiatan penyerahan APD berupa sarung tangan, masker, dan kacamata safety. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan peserta tentang manajemen pemasaran digital yang diukur melalui pre-test dan post-test dengan nilai N gain score, 0,41 artinya terdapat peningkatan pengetahuan dengan kategori sedang. Selama ini sistem pemasaran yang digunakan hanya melalui mulut ke mulut (word of mouth), namun setelah pelaksanaan kegiatan ini, pekerja memiliki pengetahuan dasar untuk memanfaatkan platform digital sebagai media promosi usaha. Selain itu, pemberian APD diharapkan dapat meningkatkan kesadaran dan perlindungan pekerja terhadap risiko kecelakaan kerja.

Kata Kunci: manajemen, pemasaran, SDM, perahu, fiber

Abstract. This Community Service (PKM) activity has been successfully implemented in a group of workers making viber boats located in Bulang Lintang Village, Bulang District, Batam City. This activity involved 12 workers who are members of a fiber boat manufacturing MSME unit with a minimum production capacity of 5 boats per month. The purpose of this activity is to increase workers' understanding and abilities in digital marketing management and improve HR management of occupational safety and health through the provision of personal protective equipment (PPE). The methods used include education on digital marketing management and HR management and the distribution of PPE in the form of gloves, masks, and safety glasses. The results of the activity showed an increase in participants' knowledge of digital marketing management as measured by a pre-test and post-test with an N gain score of 0.41, meaning there was an increase in knowledge in the moderate category. Previously, the marketing system used was only through word of mouth, but after implementing this activity, workers have the basic knowledge to utilize digital platforms as a medium for business promotion. In addition, the provision of PPE is expected to increase workers' awareness and protection against the risk of work accidents.

Keywords: management, marketing, human resources, boat, Fiberglass

PENDAHULUAN

Desa Bulang Lintang merupakan salah satu desa pesisir yang berada di Kecamatan Bulang, Kota Batam, Provinsi Kepulauan Riau. Wilayah ini termasuk kawasan hinterland yang secara geografis didominasi perairan dan bergantung pada sektor kelautan dan perikanan

(Pemko Batam, 2025). Pelabuhan Sagulung di Kota Batam merupakan salah satu pelabuhan yang memiliki aktivitas tinggi dalam bidang transportasi dan perdagangan laut, yang mana penggunaan Boat Pancung sebagai sarana transportasi masyarakat Pulau Buluh menyebabkan menjamurnya keberadaan para pelaku jasa antar Boat Pancung. Boat yang digunakan umumnya berbahan kayu atau fiber, dengan mesin diesel (Irawati et al., 2025). Salah satu potensi ekonomi lokal yang berkembang di desa ini adalah usaha pembuatan perahu, yang kini telah berkembang menggunakan bahan fiber (fiberglass) selain perahu kayu tradisional.

Usaha pembuatan perahu fiber di Desa Bulang Lintang dijalankan oleh sebuah unit UMKM yang mempekerjakan 12 orang tenaga kerja. UMKM ini mampu menyelesaikan pesanan minimal 5 unit perahu dalam satu bulan. Perahu yang dihasilkan digunakan untuk berbagai keperluan, antara lain transportasi antar pulau, penangkapan ikan, serta keperluan warga pesisir lainnya.

Meskipun memiliki kapasitas produksi yang memadai, UMKM ini masih menghadapi berbagai keterbatasan. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan sebelum pelaksanaan kegiatan, teridentifikasi beberapa permasalahan utama yang dihadapi oleh mitra. Pertama, sistem pemasaran masih sepenuhnya bergantung pada metode mulut ke mulut tanpa strategi promosi yang terencana, serta belum memanfaatkan media digital seperti media sosial, WhatsApp Business, dan marketplace sebagai sarana promosi dan perluasan pasar. Kedua, masih minimnya pengetahuan pemilik dan pekerja mengenai manajemen pemasaran modern. Ketiga, kurangnya penggunaan Alat Pelindung Diri (APD) dalam proses produksi, padahal pekerjaan pembuatan perahu fiber melibatkan bahan kimia resin dan peralatan yang berpotensi membahayakan kesehatan pekerja.

Ketergantungan UMKM pada sistem pemasaran mulut ke mulut merupakan pola umum yang masih banyak ditemukan pada usaha mikro di kawasan pesisir dan hinterland. Padahal, digitalisasi pemasaran telah terbukti mampu memperluas jangkauan pasar UMKM secara signifikan, bahkan bagi usaha yang berlokasi di wilayah terpencil sekalipun. Menurut Purwana et al. (2017), pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran memberikan keunggulan kompetitif bagi UMKM karena biaya promosi yang rendah namun jangkauan audiens yang luas. Senada dengan hal tersebut, Rahmawati & Rahmiati (2020) menegaskan bahwa penerapan strategi digital marketing pada UMKM tidak hanya berdampak pada peningkatan volume penjualan, tetapi juga pada penguatan branding dan kepercayaan konsumen, khususnya melalui platform seperti WhatsApp Business dan marketplace yang relatif mudah diakses tanpa memerlukan keahlian teknis tinggi. Dengan demikian, minimnya literasi digital pada mitra UMKM perahu fiber di Desa

Bulang Lintang menjadi hambatan struktural yang perlu segera diatasi agar potensi ekonomi lokal dapat berkembang optimal.

Selain aspek pemasaran, isu keselamatan kerja dalam proses produksi perahu fiber juga tidak dapat diabaikan. Proses laminasi fiberglass melibatkan penggunaan resin poliester dan katalis yang mengandung senyawa volatile organic compounds (VOC) seperti styrene, yang apabila terpapar dalam jangka panjang tanpa perlindungan memadai dapat menimbulkan gangguan pernapasan, iritasi kulit, dan iritasi mata pada pekerja (Permenaker No. 5 Tahun 2018). Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman pemilik serta pekerja UMKM perahu fiber tentang konsep dan praktik manajemen pemasaran digital, mendorong pemanfaatan platform digital sebagai media promosi dan perluasan pasar usaha perahu fiber dan meningkatkan kesadaran dan perlindungan keselamatan kerja melalui pemberian Alat Pelindung Diri (APD) berupa sarung tangan, masker, dan kacamata safety.

METODOLOGI

Pendekatan yang digunakan dalam kegiatan PKM ini adalah pendekatan partisipatif dan edukatif berbasis pemberdayaan masyarakat (Participatory Action Research/PAR). Partisipatif yaitu melibatkan langsung para penambang boat sebagai subjek sekaligus mitra dalam kegiatan. Edukasi & Preventif yaitu dengan menekankan pada peningkatan pengetahuan, sikap, dan keterampilan dalam penerapan prinsip manajemen pemasaran dan SDM serta keselamatan kerja. Kegiatan PKM ini dilaksanakan melalui beberapa tahapan yang sistematis sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan. Pada tahap ini tim pengabdian melakukan koordinasi internal, penyusunan materi edukasi pemasaran digital, persiapan instrumen pre-test dan post-test, serta pengadaan Alat Pelindung Diri (APD) yang akan diserahkan kepada mitra.
2. Tahap Sosialisasi. Tim pengabdian melakukan pertemuan awal dengan pemilik usaha dan seluruh pekerja di lokasi UMKM di Desa Bulang Lintang. Pada tahap ini disampaikan gambaran umum program, tujuan kegiatan, serta mekanisme pelaksanaan. Peserta juga diberikan penjelasan mengenai pentingnya pemasaran digital dan keselamatan kerja.
3. Tahap Pre-Test. Sebelum pemberian edukasi, seluruh peserta diberikan kuesioner pre-test untuk mengukur tingkat pengetahuan awal mereka terkait manajemen pemasaran digital. Hasil pre-test digunakan sebagai baseline data untuk mengukur efektivitas kegiatan.

4. Tahap Edukasi Manajemen Pemasaran Digital. Tim pengabdian memberikan edukasi manajemen pemasaran digital kepada seluruh peserta. Materi edukasi meliputi:
 - a. Konsep dasar pemasaran digital dan perbedaannya dengan pemasaran konvensional
 - b. Pengenalan platform digital: WhatsApp Business, Facebook, Instagram, dan media sosial lainnya
 - c. Cara membuat akun bisnis dan menyusun profil usaha yang menarik
 - d. Teknik pembuatan konten promosi sederhana untuk media sosial
 - e. Strategi menjangkau pelanggan baru melalui platform digital
 - f. Cara merespons pelanggan dan membangun reputasi usaha secara online
5. Tahap Post-Test. Setelah pemberian edukasi, peserta diberikan kuesioner post-test dengan pertanyaan yang sama dengan pre-test. Hasil post-test dibandingkan dengan pre-test untuk mengukur peningkatan pengetahuan peserta. Analisis menggunakan uji normalized gain score dengan melakukan analisis hasil pre test dan post test. Normalized gain score atau N-gain score bertujuan untuk mengetahui efektivitas penggunaan suatu metode atau perlakuan tertentu dalam penelitian one group pretest posttest design. Uji N gain score dilakukan dengan cara menghitung selisih antara nilai pre test dan nilai post test pada pekerja. Menurut Sundayana (2016) bahwa dengan menghitung selisih nilai pre test dan post test atau gain score untuk mengetahui apakah penggunaan suatu metode tertentu dapat dikatakan efektif atau tidak. Menurut Sundayana (2014), rumus N-gain dapat dilihat pada Tabel 1.

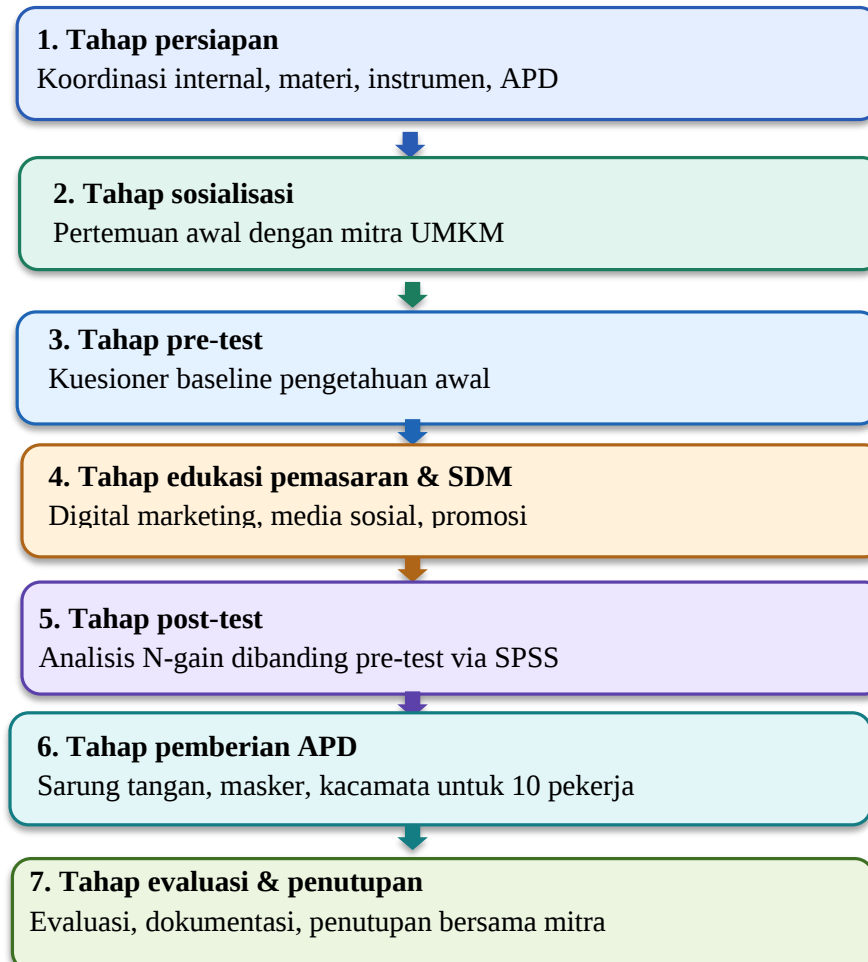
Tabel.1. Rumus N- Gain Score

Persentase	Tafsiran
$g > 0,7$	Tinggi
$0,3 \leq g \leq$	Sedang
$g < 0,3$	Rendah

6. Tahap Pemberian Alat Pelindung Diri (APD). Sebagai bentuk perhatian terhadap aspek Keselamatan dan Kesehatan Kerja, tim pengabdian menyerahkan APD kepada seluruh 12 orang pekerja berupa sarung tangan safety (12 pasang), masker pelindung (12 buah), kacamata safety (12 buah).
7. Tahap Evaluasi dan Penutupan. Tim pengabdian melakukan evaluasi menyeluruh terhadap pelaksanaan kegiatan, mendokumentasikan hasil, dan menutup kegiatan secara resmi bersama mitra.

Diagram Alur Pelaksanaan Kegiatan

Berikut adalah diagram alur pelaksanaan kegiatan:



Figur 1. Diagram Alur Pelaksanaan Edukasi Manajemen Pemasaran dan SDM Bagi Pekerja Perahu Desa Bulang Lintang Kota Batam

HASIL DAN PEMBAHASAN

Edukasi manajemen pemasaran dan SDM telah berhasil dilaksanakan pada hari Jum'at Tanggal 8 bulan Mei dari pukul 7.30 hingga selesai, dengan metode ceramah interaktif, diskusi tanya jawab, dan demonstrasi langsung penggunaan platform digital. Tim pengabdian menyampaikan materi secara bertahap dari konsep dasar manajemen pemasaran dan SDM hingga aplikasi praktis penggunaan media sosial untuk promosi usaha perahu fiber.

Antusiasme peserta dalam mengikuti kegiatan edukasi sangat tinggi. Para pekerja sangat tertarik dengan pemaparan mengenai potensi pemasaran melalui media sosial, mengingat selama ini pemasaran hanya dilakukan secara konvensional dari mulut ke mulut. Mereka menyadari bahwa

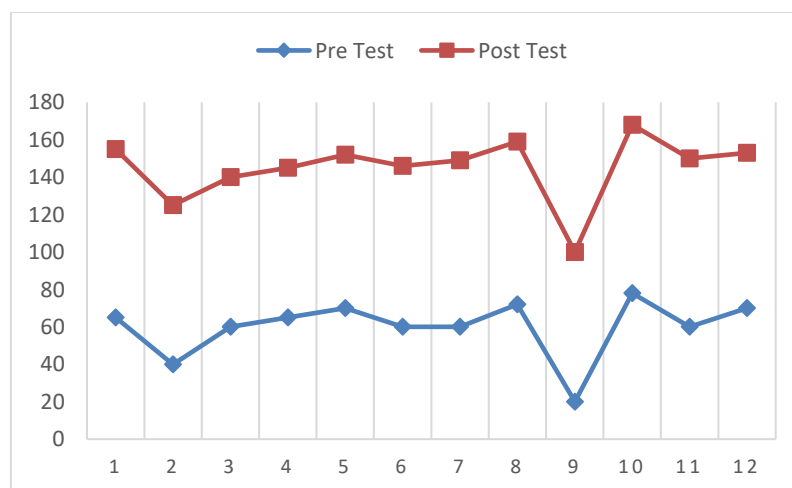
dengan memanfaatkan platform digital, jangkauan pasar dapat diperluas tidak hanya di sekitar Kecamatan Bulang, tetapi juga ke seluruh wilayah Kota Batam bahkan hingga luar daerah.

Selama sesi edukasi, peserta diajarkan cara membuat dan mengelola akun WhatsApp Business, membuat halaman Facebook/Instagram usaha, serta teknik dasar pembuatan konten promosi yang menarik. Tim pengabdian juga memberikan tips mengenai cara memotret produk perahu yang baik untuk keperluan promosi digital dan strategi pengelolaan komunikasi dengan calon pelanggan secara online.

Berdasarkan hasil nilai pretest dan posttest tingkat pengetahuan pekerja pembuat perahu fiber mengenai manajemen pemasaran dan SDM, diketahui bahwa nilai N-gain score dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel.2. Hasil Koesioner Pretest dan Post Test Tingkat Pengetahuan Pekerja Pembuat Perahu Fiber mengenai Manajemen Pemasaran dan SDM

No responden	Pre	Post	N-Gain Score
1	65	90	0,33
2	40	85	0,82
3	60	80	0,25
4	65	80	0,18
5	70	82	0,14
6	60	86	0,35
7	60	89	0,41
8	72	87	0,18
9	20	80	1,50
10	78	90	0,14
11	60	90	0,43
12	70	83	0,15
Rata-rata	60	85,17	0,41



Figur 2. Peningkatan Pengetahuan Pekerja Mengenai Manajemen Pemasaran dan SDM

Diketahui terdapat peningkatan pengetahuan dan pemahaman pekerja tentang manajemen pemasaran dan SDM setelah dilakukan analisis dengan N-gain score yang berdasarkan Tabel 2, menunjukkan N-gain score sebesar 0,41 yaitu pada kategori Sedang (Figur 2). Dari analisis data menggambarkan garis biru (pre-test / sebelum penyuluhan) menunjukkan tingkat pengetahuan awal responden yang relatif bervariasi dan cenderung lebih rendah, dengan beberapa responden memiliki skor yang cukup rendah. Garis merah (post-test / sesudah penyuluhan) menunjukkan skor setelah intervensi penyuluhan, yang secara umum lebih tinggi dibandingkan pre-test.

Diketahui terdapat peningkatan pengetahuan dan pemahaman pekerja tentang manajemen pemasaran dan SDM setelah dilakukan analisis dengan N-gain score yang berdasarkan tabel 2, menunjukkan N-gain score sebesar 0,4. Nilai N-gain Sundayana (2014), pada rentang 0,3–0,7 dikategorikan sebagai peningkatan sedang, yang menunjukkan adanya perubahan pemahaman peserta setelah diberikan intervensi pembelajaran. Nilai tersebut menunjukkan bahwa edukasi yang diberikan mampu meningkatkan pemahaman peserta secara cukup efektif, hasil ini menunjukkan bahwa metode edukasi yang digunakan dalam kegiatan pengabdian telah mampu meningkatkan kapasitas pengetahuan pekerja UMKM pembuat perahu fiber di desa Bulang Lintang terkait manajemen pemasaran dan SDM. Peningkatan kategori sedang pada kajian ini dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti latar belakang pendidikan peserta yang beragam, keterbatasan pengalaman penggunaan teknologi digital, dan durasi pelatihan yang relatif singkat. Namun demikian, hasil ini tetap menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas pekerja. Hal ini sejalan dengan penelitian Wardhana et al., (2026) yang menyatakan bahwa keberhasilan pelatihan UMKM tidak hanya dipengaruhi oleh materi, tetapi juga intensitas pendampingan dan keberlanjutan program.

Temuan kegiatan ini menunjukkan bahwa literasi manajemen pemasaran di kalangan pelaku UMKM pembuat perahu fiber Desa Bulang Lintang masih berada pada tingkat yang rendah. Kesiapan mereka dalam merancang dan mengimplementasikan strategi pemasaran yang terencana terbilang minim, sebagaimana tercermin dari hasil pre-test yang menunjukkan rata-rata skor pengetahuan awal peserta hanya sebesar 60.0 dari skala 100. Kondisi ini sejalan dengan fenomena yang umum dijumpai pada pelaku UMKM di berbagai daerah, di mana sebagian besar memulai usaha secara otodidak tanpa dibekali latar belakang pendidikan manajemen pemasaran maupun pendidikan bisnis secara formal (Tambunan, 2019).

Ketiadaan fondasi pengetahuan tersebut berdampak pada rendahnya pemahaman pelaku usaha terhadap konsep-konsep dasar manajemen pemasaran, seperti segmentasi pasar, targeting, dan positioning. Akibatnya, strategi pemasaran yang selama ini dijalankan cenderung bersifat reaktif dan tidak terstruktur, yang tercermin dari ketergantungan penuh pada metode pemasaran dari mulut ke mulut (word of mouth) tanpa adanya upaya perluasan pasar secara sistematis. Padahal, pemahaman terhadap konsep dasar pemasaran merupakan prasyarat utama bagi pelaku UMKM untuk dapat bersaing di era digital yang semakin kompetitif (Kotler & Keller, 2016). Dalam kegiatan edukasi manajemen pemasaran ini lebih fokus pada manajemen pemasaran digital, menurut Ermanto et al., (2024) pemasaran digital membantu UMKM dalam mengatasi keterbatasan sumber daya dan memperbaiki strategi pemasaran mereka.



Figur 3. Implementasi Kegiatan

Melalui kegiatan edukasi yang dilaksanakan dalam program PKM ini, terbukti bahwa intervensi berupa penyuluhan dan pelatihan manajemen pemasaran dan SDM mampu meningkatkan literasi pemasaran peserta, dengan rata-rata peningkatan skor sebesar 85.17 dari pre-test ke post-test. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun latar belakang pendidikan formal para peserta terbatas, kapasitas mereka untuk menyerap dan menginternalisasi pengetahuan pemasaran tetap dapat dikembangkan melalui pendekatan edukasi yang tepat sasaran. Selain edukasi

pemasaran khususnya digital marketing dan SDM, tim pengabdian juga memberikan Alat Pelindung Diri (APD) kepada seluruh 12 orang pekerja sebagai bentuk perhatian terhadap aspek Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3). Pekerjaan membuat perahu fiber melibatkan penggunaan bahan kimia (resin, katalis, gelcoat) serta peralatan mekanis yang memerlukan perlindungan khusus bagi para pekerja. Menurut penelitian Aini et al., (2023), edukasi keselamatan kerja dan pemberian APD pada sektor informal terbukti mampu meningkatkan kepatuhan pekerja terhadap praktik kerja aman dan mengurangi risiko kecelakaan kerja. Hal ini sejalan dengan program penguatan K3 bagi pekerja di bidang sektor informal (Irawati et al., 2025).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan PKM telah berhasil dilaksanakan dengan melibatkan 12 orang pekerja UMKM pembuatan perahu fiber di Desa Bulang Lintang, yang terdiri dari 1 orang pemilik usaha dan 11 orang pekerja produksi. Edukasi manajemen pemasaran dan SDM yang diberikan terbukti efektif meningkatkan pengetahuan peserta, dengan rata-rata nilai N gain skor sebesar 0,41 yaitu pada kategori sedang. Peserta memiliki pemahaman yang lebih baik tentang pentingnya pemasaran khususnya melalui digital dan cara memanfaatkan platform digital seperti WhatsApp Business, Instagram, dan Facebook untuk mempromosikan usaha perahu viber mereka. Pemberian Alat Pelindung Diri (APD) berupa sarung tangan, masker, dan kacamata safety kepada 12 pekerja merupakan langkah konkret dalam meningkatkan kesadaran dan perlindungan keselamatan kerja di lingkungan UMKM perahu fiber. Kegiatan ini sejalan dengan upaya pemberdayaan UMKM di wilayah hinterland Kota Batam sekaligus mendukung keberlanjutan usaha pembuatan perahu di Desa Bulang Lintang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Rektor Universitas Ibnu Sina, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, dan LPPM yang telah memfasilitasi melalui hibah internal pengabdian kepada masyarakat UIS tahun anggaran 2026. Berkat bantuan dan kepercayaan yang diberikan, kami dapat melaksanakan kegiatan ini dengan lancar. Semoga kegiatan ini berkelanjutan di dalam mendukung pengembangan dan pemberdayaan masyarakat khususnya UMKM dalam manajemen pemasaran. Kepada Camat, Lurah, serta pemilik Usaha Fiber Bulang telah memberi izin kepada kami dalam melaksanakan kegiatan ini. Serta semua pihak-pihak yang turut membantu dalam kegiatan ini.

REFERENSI

- Aini, A., Putri, V.D., Apriyanti, P. (2023). Edukasi Pemakaian APD (Alat Pelindung Diri) pada Pekerja. *Jurnal Peduli Masyarakat*. 5(1), 221-226. Doi: <https://doi.org/10.37287/jpm.v5i1.1636>
- Ermanto, N., Septiarini, Y.P., Jefry., Pujianti,A., Dewi, A.S. (2024). Pendampingan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Pendapatan Umkm Di Desa Buah Berak. *EJOIN: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2 (9), 1299-1305
- Irawati, I., Herman., Sari.C.Y., Rasuanti.B., Gultom.A.B. (2025). Penguatan Keselamatan dan Kesehatan Kerja Bagi Penambang Boat di Pelabuhan Pulau Buluh Batam. *Minda Baharu Jurnal Pengabdian Masyarakat*. *Jurnal Minda Baharu*, 9(2), 223-233.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Ma'ruf, A., Ibrahim, N., Syahrial, Z. (2019). Pengembangan Metode Online Pada Mata Diklat Analisis Dan Pemanfaatan Data Di Pusdiklat BKKBN. *Prosiding Confrece of Elementary Studies 2020: Literasi Dalam Pendidikan Di Era Digital Untuk Generasi Milenial*. Surabaya: UM Publishing.
- Pemko Batam. (2025). *Profil Kecamatan Lokasi Prioritas (LOKPRI) Di Kota Batam*. Batam: Pemerintah Kota Batam.
- Permenaker No. 5 Tahun 2018. (2018). *Keselamatan dan Kesehatan Lingkungan Kerja*.
- Rahmawati, F., dan Rahmiati, R. (2020). Digital marketing sebagai strategi pemasaran UMKM di masa pandemi COVID-19. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 9(2), 145–156.
- Sundayana, R. (2014). *Statistika P 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.
- Sundayana, R. (2016). *Statistika Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Tambunan, T. (2019). *Uaha Mikro, Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu-Isu Penting*. Jakarta: LP3ES.
- Wardhana, A.I., Silaningsih, E., Kartini.T. (2025). Peningkatan Kompetensi Pelaku UMKM melalui Program Pelatihan dan Pendampingan di Desa Margaluyu, Tanjungsari Sumedang. *MOTIVASI*, 10(1), 44-54

How To Cite :

Sumardin, Irawati, I., Evanda Sabrina, E., Aril Ramadhan Saputra, A.R. (2026). Peningkatan Kapasitas Pemasaran Digital Dan Keselamatan Kerja Bagi Pengrajin Perahu Fiber Desa Bulang Lintang, Kota Batam. *Minda Baharu*, 10(1), 17-26. Doi. 10.33373/jmb.v10i1.9042