

## PENINGKATAN KINERJA UPPKS IKA MANDIRI: PERAN PENGELOLAAN SDM DAN PEMASARAN

**Suhana<sup>1</sup>, Andi Kartika<sup>2</sup>, Harmanda Berima Putra<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Stikubank Semarang  
Jalan Kendeng V Bendan Ngisor Semarang, Indonesia

<sup>1</sup>[suhana@edu.unisbank.ac.id](mailto:suhana@edu.unisbank.ac.id), <sup>2</sup>[andikartika@edu.unisbank.ac.id](mailto:andikartika@edu.unisbank.ac.id),  
<sup>3</sup>[harmandaberima@edu.unisbank.ac.id](mailto:harmandaberima@edu.unisbank.ac.id)

### Abstrak

UPPKS Ika Mandiri merupakan sebuah nama usaha skala mikro. Usaha mikro ini merupakan usaha rumah tangga yang bergerak di pendayagunaan kain perca. Usaha ini menghasilkan beberapa produk, antara lain: celana kolor, sprei dan masker. Saat ini usaha ini memiliki 7 karyawan dipekerjakan secara lepas. Artinya mereka bekerja di rumah masing-masing untuk menyelesaikan pekerjaannya membuat produk-produk di atas. Sistem pembayaran adalah berdasar jumlah unit yang dihasilkan. Ada beberapa masalah yang ditemukan di usaha mikro ini, antara lain masalah pengadaan bahan baku, kinerja mesin jahit yang ada tidak mendukung, pemotongan kain masih dilakukan secara manual, tampilan produk masih kelihatan sederhana, pemasaran produk masih dilakukan secara sederhana, ketrampilan karyawan yang sudah lama tidak di-*upgrade*. Diantara masalah di atas, artikel ini mengulas dua masalah yang ada di usaha mikro ini, yaitu peningkatan pengelolaan pemasaran dengan mengenalkan pemasaran online dan peningkatan kesadaran akan kualitas SDM. Dengan materi ini, kinerja pemasaran dan juga kesadaran akan pentingnya peningkatan kualitas SDM di usaha mikro semakin meningkat.

Kata kunci: UPPKS Ika Mandiri, pemasaran online, peningkatan kualitas SDM

### Abstract

*UPPKS Ika Mandiri is Small and Medium Enterprises (SMEs). Small and Medium Enterprises (SMEs) is a household business that is engaged in the utilization of patchwork. This business produces several products, including underpants, bed linen, and masks. Currently, this business has 7 employees employed on a freelance basis. This means that they work in their respective homes to complete their work to make the above products. The payment system is based on the number of units produced. There are several problems found in these Small and Medium Enterprises (SMEs), including the problem of procuring raw materials, the performance of the existing sewing machine is not supportive, the cutting of cloth is still done manually, the product display still looks simple, product marketing is still carried out simply, long-standing employee skills not upgraded. Among the problems above, this article reviews two problems that exist in Small and Medium Enterprises (SMEs), namely improving marketing management by introducing online marketing and increasing awareness of the quality of human resources. With this material, marketing performance as well as awareness of the importance of improving the quality of human resources in Small and Medium Enterprises (SMEs) is increasing.*

**Keywords:** UPPKS Ika Mandiri, online marketing, improving the quality of human resources

## PENDAHULUAN

Usaha mikro ini beralamat di Jl. Kwaron Baru RT 06, RW 02, Kelurahan Bangetayu Kulon, Kecamatan Genuk Semarang. Usaha ini diawali dengan keikutsertaan pemilik (Ibu Sarni) pada pelatihan menjahit di Kecamatan Genuk, di Bulan Mei 2010 oleh LSM Mandiri. Dari keikutsertaan pada pelatihan ini, timbul motivasi kuat untuk membentuk kelompok belajar usaha yang selanjutnya diberi nama UPPKS Ika Mandiri. Tujuannya adalah untuk menambah penghasilan keluarga dan mengurangi tingkat pengangguran, khususnya di lingkungannya.

Lingkungan usaha mikro ini termasuk lingkungan yang sederhana dan secara ekonomi secara umum bisa digolongkan ke kelompok masyarakat ekonomi menengah bawah. Kondisi inilah yang

memperkuat motivasi Ibu Sarni untuk mendirikan usaha mikro ini. Pada tanggal 30 Oktober 2010, Ibu Sarni ditunjuk untuk mengikuti Lomba Inovasi 10 Program Pokok PKK oleh kelurahan. Saat itu produk inovasi yang dibuat adalah keset dari kain perca, pemberian Bapak Mastur, tetangga Ibu Sarni, yang merupakan pengepul kain perca. Dari hasil penjualan, yang saat itu per keset dijual Rp 3000,-, usaha ini berjalan pelan-pelan hingga kini. Beberapa kali UPPKS Ika mandiri mengikuti lomba dan pernah mendapatkan juara dua tingkat Kota Semarang dan mendapatkan hadiah uang pembinaan Rp 600.000,-. Uang pembinaan ini dibelikan mesin obras seharga Rp 650.000,- untuk modal kerja.

Seiring berjalan waktu, beberapa pelatihan diikuti Ibu Sarni dan kelompoknya untuk menambah ketrampilan yang dimiliki. Pemasaran produk yang dihasilkan awalnya mengalami kesulitan. Semua dilakukan secara manual, dari pintu ke pintu, di rapat-rapat PKK dan lain-lainnya. Selain sasaran masyarakat, ada pedagang yang bersedia menerima produk dari usaha ini. Kesulitan sekarang justru di pengadaan bahan baku. Tentu saja, masalah ini menjadi sangat penting untuk diatasi untuk menjamin kelangsungan usaha ini.

### **MASALAH YANG DITEMUKAN**

Beberapa masalah yang ditemui di usaha mikro ini, antara lain: Pertama, pengadaan bahan baku. Selama ini pengadaan bahan baku dilakukan sendiri oleh pemilik. Meski ada pengepul kain perca yang tidak jauh lokasi usaha, sering tidak bisa memenuhi kebutuhan yang diperlukan. Kondisi ini tentu saja memiliki pengaruh pada penyelesaian pekerjaan, terutama jika pesanan yang datang dalam jumlah yang besar. Kedua adalah kinerja mesin jahit yang ada tidak mendukung untuk mempercepat proses produksi produk. Dampak dari masalah ini adalah kuantitas produksi yang dihasilkan belum sesuai yang diharapkan. Pada gilirannya waktu untuk menyelesaikan produk pesanan akan bertambah lama dan akan berdampak pada kepuasan konsumen. Ketiga adalah pemotongan kain masih dilakukan secara manual yaitu dengan gunting. Tentu saja, waktu yang diperlukan untuk memotong kain dan proses produksi secara keseluruhan menjadi terhambat. Hasil potongan pun bisa jadi tidak begitu rapi. Keempat adalah tampilan produk masih kelihatan polos, belum ada sentuhan untuk meningkatkan citra kualitas. Kondisi ini berdampak pada nilai jual produk yang rendah. Keadaan ini pada akhirnya akan berdampak pada margin keuntungan yang relatif kecil.

Sementara kelima adalah pemasaran produk masih dilakukan secara manual. Sementara berdasar pengamatan diketahui bahwa produk yang dihasilkan diyakini bisa bersaing dengan produk sejenis di kelasnya. Meski dari kain perca, ketika sudah wujud produk tertentu, produk tampak berkualitas. Selama ini konsumen ada 2 macam, yaitu masyarakat langsung dan pedagang. Keenam adalah ketrampilan karyawan yang mayoritas ibu rumah tangga sudah lama tidak di-*upgrade*. Kondisi ini berdampak pada hasil produksi yang terkadang kurang rapi. Di sisi lain, produk yang berbahan kain, cukup cepat mengalami perubahan model dan selera. Jika hal ini tidak diatasi bisa jadi akan memiliki dampak pada keberlanjutan usaha ini. Ketujuh adalah penentuan harga jual produk. Penentuan harga juga produk masih belum berdasarkan perhitungan yang komprehensif sehingga hal ini berdampak pada tingkat keuntungan yang diperoleh.

### **PENYELESAIAN PERMASALAHAN**

Berikut ini ditawarkan beberapa alternatif solusi terhadap masalah yang ada. Pertama, usaha ini penting untuk memperluas jaringan dengan pemasok kain perca. Salah satu masalah pokok di usaha ini adalah bahan baku. Mengatasi masalah ini akan menjadi pintu masuk untuk kinerja yang lebih baik. Nalarnya adalah kuantitas produk tidak akan berhasil ditingkatkan ketika bahan baku tidak mencukupi. Kedua, usaha ini penting untuk meningkatkan kapasitas produksi. Meningkatkan kapasitas produksi dilakukan dengan menambah mesin overdek yang memiliki kinerja lebih baik dari mesin yang ada sekarang ini. Mesin border digunakan untuk menambah kombinasi produk dan menambah tampilan produk lebih menarik, sekaligus membuat ciri khas produk ini. Sementara

peningkatan kapasitas produksi juga bisa dilakukan dengan pengadaan mesin pemotong kain yang tentunya akan memiliki efisiensi waktu yang lebih baik. Ketiga, usaha ini penting untuk meningkatkan kualitas produk. Meningkatkan kualitas produk bisa diawali dengan seleksi kualitas kain perca. Untuk dapat melakukan seleksi kualitas bahan baku, stok bahan baku mesti mencukupi, bahkan lebih. Selanjutnya adalah melalui peningkatan ketrampilan karyawan yang bekerja di usaha ini. Indikator kebutuhan pelatihan ini diperoleh dari evaluasi pemilik bahwa sebagian produk yang dihasilkan karyawannya tidak rapi. Indikasi ini logis karena selama ini karyawan minim mengikuti pelatihan. Sementara produk bahan kain itu lumayan cepat berubah dalam hal selera dan modelnya. Langkah ini penting untuk mendapat prioritas. Keempat, usaha ini penting untuk meningkatkan kinerja pemasaran. Peningkatan kinerja pemasaran bisa diawali dengan melakukan pelatihan perihal branding dan kualitas produk. Dengan branding dan kualitas produk tertentu, memasarkan produk secara on line menjadi solusi yang penting. Kelima, peningkatan kesadaran dan wawasan perihal kualitas SDM di usaha ini. Keenam, peningkatan pengelolaan keuangan di usaha ini. Salah satu cara yang bisa dilakukan adalah pelatihan perhitungan biaya produksi, penentuan harga jual dan pelatihan akuntansi sederhana.

### **METODE PELAKSANAAN**

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian di usaha mikro ini lebih ditekankan pada pemberdayaan usaha mitra dan peran aktifnya dalam kegiatan ini. Tim dari kampus berperan sebagai fasilitator dan transfer iptek yang dimiliki. Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dilakukan melalui beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Tim melakukan survei ke lokasi usaha untuk mengetahui langsung situasi usaha dari beberapa aspek, seperti: aspek produksi, pemasaran, SDM maupun keuangan. Tim menggali informasi terkait praktik manajemen organisasi yang sekarang berjalan serta mengidentifikasi masalah yang muncul.
2. Tim mengidentifikasi masalah yang urgen yang menjadi prioritas utama untuk diselesaikan melalui program ini. Penentuan prioritas penanganan masalah akan didiskusikan dengan mitra agar prioritas yang diputuskan benar-benar yang sesuai keadaan riil di lapangan.
3. Tim memberikan beberapa alternatif solusi yang ditawarkan sesuai kapasitasnya.
4. Tim menguraikan aktivitas program kerja yang akan dilakukan dalam rangka menyelesaikan sebagian masalah-masalah utama yang ada. Aktivitas program ini meliputi aspek pemasaran, sumberdaya manusia dan keuangan.
5. Tim melakukan evaluasi untuk memastikan bahwa semua program yang direncanakan sesuai dengan tujuan pelaksanaan program ini. Tim juga memastikan bahwa indikator-indikator luaran yang direncanakan bisa tercapai dengan baik

### **HASIL PELAKSANAAN KEGIATAN**

Pelaksanaan kegiatan disesuaikan dengan skim yang ada di kampus. Artinya dari semua masalah yang ditemukan tim pengabdian memilih beberapa kegiatan yang relevan. Kegiatan dimaksud meliputi: peningkatan pengelolaan pemasaran dengan mengenalkan pemasaran online, dan peningkatan kesadaran akan kualitas SDM.

#### **1, Pemasaran online**

UMKM khususnya di Indonesia memiliki peranan penting dalam perekonomian nasional hal ini dapat dilihat dari beberapa sumbangsi UMKM yang mampu menyelamatkan perekonomian dimasa yang sulit. Beberapa peran UMKM diantaranya adalah dalam peningkatan, kesempatan kerja, pemerataan pendapatan masyarakat, pembangunan ekonomi daerah pedesaan, dan membantu pengelolaan limbah menjadi barang berguna. Dari banyak keunggulan yang dimiliki oleh UMKM, masih terdapat beberapa kendala umum yang sering dialami oleh UMKM khususnya UPPKS Ika

Mandiri, seperti dalam memasarkan dan menjual produk dipasar.

Sebagian besar UMKM memiliki keterampilan untuk menciptakan suatu produk atau jasa dan hanya mengandalkan pemasaran konvensional dan hanya menjangkau pelanggan di daerah sekitar UMKM saja, kemudian berdampak pada omzet penjualan yang tidak terdongkrak dan disertai dengan meningkatnya biaya produksi (Hermawan dan Murniati, 2017). Padahal, produk yang ditawarkan cukup bagus dan memiliki potensi pangsa pasar yang luas. Oleh karena itu, UMKM khususnya UPPKS Ika Mandiri perlu mengubah strategi pemasaran dan penjualan dengan cara daring agar produk yang ditawarkan dapat dikenal luas dan memiliki jangkauan pasar yang luas.

Pemasaran adalah serangkaian proses menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan sesuatu yang bernilai satu kepada pelanggan dengan tujuan memuaskan pelanggan (Kotler dan Keller (2021). Pemasaran ini merupakan salah satu cara untuk mempromosikan sampai dengan menjual produk ke pelanggan baik secara konvensional maupun daring. Untuk melakukan pemasaran daring, maka perlu melakukan analisis dengan menggunakan pendekatan 4 bauran pemasaran, menurut kotler dan keller (2011) bauran pemasaran terdiri dari 4 elemen, yaitu, *product, place, price* dan *promotion*. Lebih lanjut, konsep 4P masih relevan untuk menjadi landasan dalam mengembangkan pangsa pasar produk baik secara offline maupun daring (Sari, 2017; Dominici, 2009). Berikut merupakan beberapa analisis bauran pemasaran yang dapat diterapkan pada konteks UMKM (UPPKS Ika Mandiri).

**Product.** Produk adalah elemen pertama dan terpenting dari bauran pemasaran. Strategi produk membutuhkan koordinasi keputusan tentang bauran produk seperti lini produk, merek, serta pengemasan dan pelabelan (kotler dan keller, 2014). Pada produk UMKM, sering ditemukan bahwa produk UMKM tidak memiliki merek, kemasan bahkan label yang menarik, oleh karena itu, UMKM (UPPKS Ika Mandiri) dapat mulai mengubah beberapa bauran produk, mulai dari membuat produk-produk perca yang menarik dari segi merek, kemasan maupun label.

**Place.** Elemen lain dalam bauran pemasaran yang mendapat perhatian kritis adalah place atau tempat. Jika dikaji dalam arti yang lebih luas, istilah 'distribusi' dapat mencakup tiga sub-elemen berikut:

1. Di mana produk akan dijual (yaitu di pasar yang ditentukan secara geografis);
2. Jenis saluran penjualan mana yang akan digunakan (Jackson dan Ahuja, 2016).

Untuk memperluas pangsa pasar produk UMKM (UPPKS Ika Mandiri), Maka UPPKS Ika Mandiri dapat memanfaatkan media marketplace daring atau lebih dikenal dengan sebutan e-commerce untuk memperluas jangkauan pasarnya. *E-commerce* merupakan sebuah tempat fasilitas berbasis teknologi yang digunakan untuk melakukan segala aktivitas kegiatan jual-beli secara online. Selain itu, *e-commerce* juga dapat dimanfaatkan untuk memasarkan, mempromosikan produk tanpa batas jangkauan. Salah satu contoh *e-commerce* yang cukup banyak diakses adalah Shoppe. UPPKS Ika Mandiri dapat mendaftarkan toko mereka pada platform shoppe secara gratis untuk menambah tempat penjualan produk-produk mereka.

**Price.** Harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan; elemen lainnya menghasilkan biaya. Harga merupakan elemen program pemasaran yang paling mudah untuk disesuaikan dibanding dengan menentukan fitur produk, saluran, dan bahkan komunikasi membutuhkan lebih banyak waktu. Harga juga mengkomunikasikan ke pasar posisi nilai yang diinginkan perusahaan dari produk atau mereknya. Produk yang dirancang dan dipasarkan dengan baik dapat menarapkan harga premium dan menuai keuntungan besar. Pada konteks UPPKS Ika Mandiri, UPPKS Ika Mandiri dapat memaksimalkan harga produk mereka menggunakan beberapa cara seperti menerapkan harga promosi beli satu gratis satu, atau menawarkan produk dengan cara produk bundle. Menurut kami, cara ini dapat mendorong konsumen untuk lebih tertarik membeli dibandingkan dengan menawarkan dengan harga normal. Di sisi lain, pelaku UMKM dapat memaksimalkan keuntungan dari penjual produk mereka.

**Promotion.** Promosi adalah aktivitas yang dilakukan pelaku usaha untuk berkomunikasi dengan pelanggan yang ada dan pelanggan potensial. Ada beberapa saluran yang dapat dimanfaatkan untuk berkomunikasi dengan pelanggan untuk melakukan promosi, seperti menggunakan saluran

online seperti media sosial. Tujuan komunikasi daring bukan hanya untuk mengiklankan suatu produk, tetapi untuk membangun hubungan pembelian dan menciptakan persepsi kepercayaan pada pelanggan. Interaksi, multimedia dan hubungan harus dimasukkan sebagai elemen P promosi (Dominici, 2009). UPPKS Ika Mandiri dapat memanfaatkan media sosial seperti Facebook, Instagram hingga Whatssapp untuk mempromosikan dan menjual produk- produknya. Disisi lain, dalam mempromosikan produk juga diperlukan kreativitas untuk membuat konten-konten promosi dengan konsep yang menarik dan kekinian. Agar dapat membuat konten promosi yang menarik, pelaku usaha dapat memanfaatkan beberapa aplikasi editing seperti Canva ataupun aplikasi editing gambar lainnya.

Dengan menerapkan konsep bauran pemasaran seperti ini, UPPKS Ika Mandiri dapat memulai melakukan kegiatan pemasaran dengan baik, seperti melayani para konsumen atau pelanggan tanpa ada batas daerah dan waktu, sehingga sehingga pangsa pasar dan keuntungan yang didapatkan semakin maksimal.

## 2, Pengelolaan SDM usaha mikro

Setiap organisasi beroperasi dengan menggunakan sumberdaya yang dimiliki untuk menghasilkan barang/jasa. Sumberdaya dimaksud meliputi: SDM, modal, bahan baku, teknologi/mesin, dll. Pada umumnya praktik dari teori ilmu manajemen SDM diterapkan pada sektor usaha formal. Seiring perkembangan, sektor usaha informal juga menggunakannya meski lebih sederhana. Orang yang berkecimpung di UMKM lebih karena ketrampilannya, bukan karena latar belakang pendidikan yang tinggi

Melihat peran penting UMKM dalam perekonomian nasional maka perhatian penting diberikan. Salah satu faktor keberhasilan UMKM adalah kualitas SDMnya. Pembinaan UMKM masih relevan dilakukan utamanya sisi internalnya (kualitas SDM dan manajemen pada umumnya) Beberapa masalah pengelolaan SDM yang dihadapi UMKM diantaranya kesulitan proses rekrutmen, penetapan aturan kepegawaian, mengikat karyawan, mengembangkan kompetensi, menentukan reward dan punishment (Wulandari dkk, 2015)

Dari hasil penelitian diketahui bahwa proses penerimaan karyawan atau proses seleksi dilakukan dengan penyebaran informasi melalui teman, kerabat atau pekerja yang sudah bekerja di tempat usahanya. Proses penarikan tenaga kerja dilakukan secara informal. Sebagian tidak melakukan seleksi karena mereka adalah tentangga, teman dekat dll. Mereka menerimanya berdasar kepercayaan. Sebagian melakukan wawancara dan pemeriksaan berkas. Yang ini terutama dilakukan oleh UMKM yang sudah relatif maju secara manajemen keorganisasian. Kualifikasi yang dibutuhkan terdiri dari kualifikasi umum dan khusus. Kualifikasi umum menyangkut pengetahuan umum, kepribadian, kesehatan, inteligensi, komitmen dll. Sementara untuk kualifikasi khusus meliputi ketrampilan untuk melakukan pekerjaan tertentu (contoh: kemampuan membuat, kemampuan komputer, Bahasa inggris, keahlian sablon, ketrampilan jahit, dll).

Berinvestasi pada SDM adalah suatu hal yang mutlak agar usahanya tetap eksis. Jenis pelatihan dan pengembangan yang dibutuhkan meliputi pelatihan langsung oleh pemilik atau mengirim ke pelatihan yang diselenggarakan pihak terkait (contoh pelatihan saat ini, pelatihan penyusunan laporan keuangan, pemasaran on line, pelatihan kompetensi inti usaha yang dimiliki). Adanya rencana karir yang jelas akan menarik tenaga kerja. Kecenderungan tenaga kerja tidak tertarik bekerja di UMKM karena karir tidak jelas. Sebenarnya ada jalur karir untuk karyawan di UMKM: menjadi terampil di UMKM dimana ia bekerja, berkembang menjadi pengusaha dan karir bidang manajerial

Pemilik UMKM mesti memperhatikan kompensasi karyawannya. Kompensasi yang rendah akan berdampak pada keberlanjutan tenaga kerja tersebut. Metode kompensasi: sistem hasil, borongan dan waktu. Sistem hasil: kompensasi tergantung pada hasil produk yang dihasilkan pekerja (per potong, per meter, per liter, per kilogram, dll). Kelebihan sistem ini, karyawan akan sungguh-sungguh. Sistem borongan: kompensasi dibayarkan setelah sejumlah pekerjaan selesai dikerjakan.

Cara ini efektif jika jumlah pekerjaan banyak di suatu waktu. Kelemahan sulit menjaga kualitas. Sistem waktu: kompensasi diberikan berdasarkan standar waktu (jam, hari, minggu, bulan). Sistem ini cocok untuk karyawan dengan jenis pekerjaan yang tidak mempunyai standar fisik secara kuantitatif, misal karyawan bagian administrasi, keuangan, promosi dan lain-lain.

## **EVALUASI PELAKSANAAN**

Indikator keberhasilan pelaksanaan kegiatan pada masyarakat ini dapat diketahui dari antusiasme peserta dalam pelaksanaan pengabdian. Dalam pelaksanaan pengabdian, dari 9 anggota UPKKS Ika mandiri, 2 ijin karena ada kepentingan lainnya. Sementara 7 peserta lainnya terlihat aktif sampai acara pengabdian selesai. Keaktifan peserta dapat dilihat dari interaksi aktif antara pemateri dan peserta pengabdian. Perihal efektivitas pengabdian dapat dilihat dari motivasi yang meningkat dari peserta untuk meningkatkan kinerja UPKKS Ika Mandiri. Para peserta memiliki tekad untuk memperbaiki kualitas produk yang dihasilkan. UPKKS Ika Mandiri juga akan memperluas pasarnya dengan cara merintis pemasaran online.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

UPKKS Ika mandiri merupakan usaha mikro yang mendayagunakan kain percaya menjadi produk yang lebih bernilai. Produk UPKKS Ika Mandiri meliputi celana kolor, masker dan sprei. Pengelolaan usaha ini masih relatif. Keterampilan yang dimiliki karyawannya pun terbilang sederhana. Usaha mikro ini telah berjalan sekitar 10 tahun. Meski demikian capaian kinerja masih belum seperti yang diharapkan.

Berangkat dari masalah di atas, tim pengabdian melakukan pengabdian masyarakat di UPKKS Ika Mandiri. Latar belakang tim pengabdian yang dari fakultas ekonomi, maka pendekatan manajerial usaha mikro yang dikedepankan. Pada kesempatan pengabdian ini, tim pengabdian berusaha meningkatkan kemampuan manajerialnya melalui berbagai aktivitas yang diprogramkan. Aktivitas tersebut meliputi: peningkatan pengelolaan pemasaran dengan penyampaian materi tentang pemasaran online dan peningkatan kesadaran akan pentingnya SDM. Pelaksanaan pengabdian berjalan relatif lancar. Tim berkeyakinan ada perubahan semangat dan motivasi UPKKS Ika Mandiri untuk berbenah lebih maju. Hal ini bisa dilihat dari keaktifan peserta saat pelaksanaan pengabdian.

### **Saran**

Dari kesimpulan yang dijelaskan sebelumnya, maka tim pengabdian memberikan saran sebagai berikut:

- a. UPKKS Ika Mandiri penting untuk segera merealisasikan pemasaran online sebagai upaya peningkatan kapasitas pemasaran produk-produknya
- b. UPKKS Ika Mandiri penting untuk memperhatikan kualitas SDMnya dengan mengikutkan mereka di pelatihan terkait
- c. Untuk usaha poin 2, perlu untuk akses fasilitasi pihak ke 3, dalam hal ini dinas sosial.
- d. Tim pengabdian Unisbank Insha Allah masih akan menindaklanjuti pengabdian ini melalui pendampingan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

1. Panduan Pelaksanaan Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat di Perguruan Tinggi edisi 13 Tahun 2020
2. Profil Usaha Pendayagunaan Kain Perca UPPKS Ika Mandiri

3. Hermawan, A., & Murniati, A. (2017). Designing Online Marketplace To Resolve Marketing Problem For Small and Medium Enterprises (SMEs). *JEMA: Jurnal Ilmiah Bidang Akuntansi dan Manajemen*, 14(1), 54-65.
4. Dominici, G. (2009). From Marketing Mix to E-Marketing Mix : a Literature Overview and Classification. *International Journal of Business and Management*, Vol. 4: 17–24.
5. Kotler, P., & Keller, K. (2011). *Marketing management 14th edition*. Prentice Hall.
6. Jackson, G., & Ahuja, V. (2016). Dawn of the digital age and the evolution of the marketing mix. *Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice*, 17(3), 170-186.
7. Sari, R. P. (2017). Marketing mix implementation in small medium enterprises: A study of Galeristorey online business. *Etikonomi*, 16(1), 115-126.

**Lampiran: Dokumentasi Kegiatan**

