



PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN PEMASARAN PRODUK DAUR ULANG SAMPAH PADA BANK SAMPAH MELATI KOTA KEDIRI

Gesty Ernestivita¹, Dian Kusumaningtyas², Ema Nurzainul Hakimah³, Jelvi Tri Kuherawati⁴, Candra Dwi Fatih⁵

¹ Universitas Nusantara PGRI Kediri

gesty@unpkediri.ac.id

² Universitas Nusantara PGRI Kediri

diankusuma@unpkediri.ac.id

³ Universitas Nusantara PGRI Kediri

emahakimah@unpkediri.ac.id

⁴ Universitas Nusantara PGRI Kediri

jelvitrikuherawati@gmail.com

⁵ Universitas Nusantara PGRI Kediri

Candraaditya274@gmail.com

ABSTRAK

Dalam upaya mendukung pembangunan berkelanjutan melalui pengolahan sampah yang menjadi masalah besar di dunia saat ini, Bank Sampah Melati melakukan produksi daur ulang sampah menjadi produk yang memiliki nilai guna dan nilai jual. Upaya ini belum optimal karena pemasaran masih sangat terbatas dan belum menggunakan *platform* online. Melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, tim memberikan pelatihan dan pendampingan mulai dari pembuatan media sosial, pembuatan akun shopee, pelatihan foto produk dan pembuatan konten pemasaran, serta pelatihan perumusan strategi pemasaran. Kegiatan dilakukan selama 6 bulan mulai bulan juli sampai Desember 2023. Dari kegiatan ini dapat meningkatkan ketrampilan pengurus dalam pemasaran produk secara online sehingga dapat meningkatkan pemasaran produk dan menambah pendapatan Bank Sampah yang secara otomatis juga meningkatkan kesejahteraan nasabah Bank ampah Melati. Guna memastikan keberhasilan kegiatan pengabdian masyarakat ini, dapat dilanjutkan dengan penelitian terkait optimalisasi strategi pemasaran yang telah dilakukan.

Kata Kunci : Daur ulang, Sampah, pemasaran online, pembangunan berkelanjutan

ABSTRACT

In an effort to support sustainable development through waste processing which is a big problem in the world today, the Melati Waste Bank produces recycled waste into products that have use and sales value. This effort is not optimal because marketing is still very limited and does not yet use online platforms. Through this community service activity, the team provides training and assistance starting from creating social media, creating Shopee accounts, training on product photos and creating marketing content, as well as training on formulating marketing strategies. The activity will be carried out for 6 months from July to December 2023. This activity can improve the skills of management in marketing products online so that they can improve product marketing and increase the income of the Waste Bank which automatically also improves the welfare of Bank Ampah Melati customers. In order to ensure the success of this community service activity, research can be continued related to optimizing the marketing strategy that has been carried out.

Keywords: Recycling, waste, online marketing, sustainable development

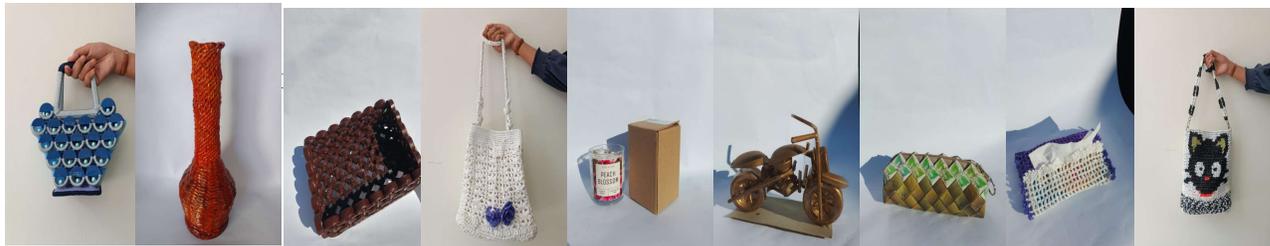
PENDAHULUAN

Salah satu upaya mengurangi bahaya sampah guna menjamin Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDG's) adalah dengan melakukan daur ulang sampah. Dengan mendaur ulang sampah, secara tidak langsung juga mendorong beberapa SDG's (Kristianto, 2020) yaitu:

- a. SDG 11: Kota dan Komunitas Berkelanjutan - Target 11.6 berfokus pada mengurangi dampak negatif lingkungan perkotaan, termasuk manajemen sampah perkotaan yang berkelanjutan.
- b. SDG 12: Produksi dan Konsumsi yang Berkelanjutan - Tujuan ini secara umum berhubungan dengan pola produksi dan konsumsi yang berkelanjutan, termasuk pengurangan sampah.
- c. SDG 13: Tindakan untuk Mengatasi Perubahan Iklim - Pengelolaan sampah yang baik dapat membantu mengurangi emisi gas rumah kaca dan dampak negatif lainnya terhadap iklim.
- d. SDG 14: Kehidupan di Bawah Air - Menangani masalah sampah plastik di lautan dan perairan adalah bagian dari target 14.1 untuk mengurangi pencemaran laut.
- e. SDG 15: Kehidupan Terrestrial - Mengelola sampah dan limbah untuk mencegah degradasi lahan dan kerusakan ekosistem terestrial.

Upaya mengurangi sampah untuk pembangunan berkelanjutan merupakan komitmen Bank Sampah yang ada di Kota Kediri, salah satunya Bank Sampah Melati. Berbeda dengan bank sampah pada umumnya yang hanya menerima tabungan sampah, memilah, dan menjual

pada pengepul untuk menjadi uang tunai yang nantinya dikembalikan pada nasabah, Bank Sampah Melati juga memproduksi sampah menjadi aneka produk seperti tas, tempat tissue, kotak buah, vas bunga, pot bunga, bunga plastik, lilin aroma therapy, dan produk-produk lain



Gambar 1. Produk Daur Ulang Sampah Bank Sampah Melati

Produk-produk daur ulang sampah tersebut sangat berpotensi untuk dipasarkan. Namun, karena kurangnya pengetahuan pengurus Bank Sampah Melati dalam pemasaran online, sejauh ini produk tersebut hanya dipasarkan dari mulut ke mulut, status *WhatsApp*, pemasaran ketika ada acara bazar kelurahan atau event lain. Keterbatasan pemasaran tersebut membuat produk tidak terjual optimal, justru lebih banyak menjadi pajangan di etalase bank sampah saja. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian pada masyarakat ini dilakukan untuk memberikan pelatihan dan pendampingan pemasaran online produk-produk daur ulang sampah Bank Sampah Melati. Dengan pelatihan dan pendampingan mulai dari pembuatan platform digital marketing, pembuatan konten, hingga strategi promosi pemasaran online diharapkan dapat mengoptimalkan pemasaran produk Bank Sampah Melati sehingga dapat meningkatkan pendapatan nasabahnya.

METODE PELAKSANAAN

Pemasaran digital mencakup berbagai strategi dan taktik untuk memasarkan produk atau layanan melalui platform digital seperti internet, media sosial, mesin pencari, dan berbagai kanal online lainnya (Indriyani & Suri, 2020). Pada pengabdian masyarakat yang dilakukan ini pengembangan pemasaran digital dilakukan dengan pelatihan dan pendampingan pembuatan akun instagram dan shopee, pelatihan dan pendampingan foto produk dan pembuatan konten marketing, serta pelatihan dan pendampingan perumusan strategi pemasaran online. Kegiatan dilakukan selama 6 bulan mulai bulan juli sampai Desember 2023. Sasaran kegiatan ini adalah pengurus Bank Sampah Melati yang berperan penting dalam pemasaran produk daur ulang sampah untuk menambah nilai guna dan nilai jual sampah sehingga dapat meningkatkan

kesejahteraan nasabah atau anggotanya. Kegiatan dilaksanakan di Bank Sampah Melati yang beralamat di Jalan Suparjan MW Gg II No. 11 RT/RW 004/015, Bujel, Mojoroto, Kediri Jawa Timur. Kegiatan pendampingan intensif sangat diperlukan untuk menjamin keberhasilan dan keberlanjutan program (Anekawati et al., 2021; Sarno & Hakim, 2019; Sihombing, 2018).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan diawali dengan FGD dengan kepala kelurahan Sukorame, ketua Bank Sampah Melati dan tim pengabdian masyarakat pada tanggal 4 juli 2023 untuk menyampaikan rencana kegiatan yang akan dilakukan selama 6 bulan. Dari hasil FGD, semua rencana yang disampaikan tim pengabdian diterima dengan baik dan siap untuk di implementasikan.



Gambar 2. FGD Koordinasi Rencana Kegiatan

Kegiatan selanjutnya pada tanggal 12 Juli 2023 adalah pelatihan pembuatan akun media sosial instagram dan juga akun Shopee. Kegiatan ini diikuti oleh seluruh pengurus Bank Sampah Melati sejumlah 17 Orang.



Gambar 3. Pelatihan Pembuatan Media Sosial Instagram dan Shopee

Kegiatan pelatihan tersebut dilanjutkan dengan pendampingan sampai bulan Agustus. Dalam kegiatan pendampingan, para pengurus semakin mahir dalam mengoperasikan instagram dan shopee. Kegiatan selanjutnya adalah pelatihan foto produk dan konten pemasaran pada 14 Agustus 2023. Kegiatan ini dihadiri juga oleh semua pengurus Bank Sampah Melati sebanyak 17 orang.



Gambar 4. Pelatihan Foto Produk dan Pembuatan Konten Pemasaran

Peserta sangat antusias mengikuti kegiatan. Selanjutnya kegiatan tidak hanya dilakukan sekali saja namun juga diikuti pendampingan sampai bulan september 2023. Selama pendampingan, para pengurus semakin terampil dalam foto produk, membuat konten, *copy writing* dan postingan pada instagram.

Kegiatan selanjutnya pada 10 Oktober 2023 adalah pelatihan perumusan strategi pemasaran. Kegiatan ini dilakukan dengan materi bauran pemasaran khususnya promosi,

perhitungan *price discount*, atau perumusan paket – paket promosi yang menarik namun tidak merugikan. Para pengurus semangat mengikuti kegiatan dan hadir dalam pelatihan. Dari pendampingan yang dilakukan hingga bulan Desember, diperoleh hasil adanya peningkatan penjualan dari pemasaran online yang sudah dilakukan. Peningkatan penjualan ini meningkatkan pula pendapatan Bank Sampah Melati.



Gambar 5. Pelatihan Perumusan Strategi Pemasaran

KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian masyarakat yang telah dilakukan selama 6 bulan ini memberikan dampak yang positif yaitu peningkatan penjualan online produk daur ulang sampah Bank Sampah Melati. Peningkatan penjualan ini berdampak pada peningkatan motivasi pengurus untuk terus memproduksi produk daur ulang sampah. Hal ini juga meningkatkan kesejahteraan nasabah Bank Sampah Melati karena sampah yang ditabung dapat menghasilkan produk dengan nilai guna dan nilai jual tinggi. Saran bagi pengurus Bank Sampah Melati adalah semakin kreatif lagi membuat konten dan postingan serta promo yang menarik konsumen agar penjualan semakin tinggi lagi.

REKOMENDASI

Untuk memastikan keberhasilan kegiatan pengabdian masyarakat ini, dapat dilanjutkan dengan penelitian terkait optimalisasi strategi pemasaran yang telah dilakukan. Penelitian dilakukan pada konsumen produk Bank Sampah Melati sehingga dapat menganalisis persepsi hasil kegiatan ini dari sudut pandang konsumen.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih disampaikan kepada Kelurahan Sukorame yang mendukung penuh kegiatan ini, kepada seluruh pengurus Bank Sampah Melati yang menerima tim pengabdian dan semangat mengikuti semua kegiatan yang dilakukan, dan juga kepada pihak Universitas Nusantara PGRI Kediri yang memfasilitasi kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Anekawati, A., Yulastina, R., Isdiantoni, I., Syahril, S., Purwanto, E., & Hidayaturrahman, M. (2021). Pemberdayaan Umkm Di Kecamatan Ra'As Melalui Pendampingan Standarisasi Produk Dan Kemasan. *Jurnal ABDIRAJA*, 4(1), 23–29. <https://doi.org/10.24929/adr.v4i1.1273>
- Indriyani, R., & Suri, A. (2020). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Motivasi Konsumen Pada Produk Fast Fashion. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 25–34. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.25-34>
- Kristianto, A. H. (2020). SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS (SDGs) DALAM KONSEP GREEN ECONOMY UNTUK PERTUMBUHAN EKONOMI BERKUALITAS BERBASIS EKOLOGI. *JIBEE : Journal Business, Economics and Entrepreneurship*, 2(1), 27–38. <https://doi.org/10.46229/b.e.e..v2i1.134>
- Meilina, R., Muslih, B., Bhirawa, S. W. S., & Leonard, N. A. C. (2023). *Empowering Sukorame Village Community Through the Sukorame Waste Processing Management System (SIMPOSKO)*. 2(6), 350–358.
- Sarno, S., & Hakim, L. (2019). Program Kemitraan Masyarakat Kelompok Wanita Tani Desa Majalengka Banjarnegara yang Menerapkan Teknologi Diversifikasi Produk Olahan Singkong. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ*, 6(1), 1–7. <https://doi.org/10.32699/ppkm.v6i1.438>
- Sihombing, N. L. N. (2018). Model Pendampingan UKM di Kota Tangerang Selatan. *Sembadha*, 01(01), 84–90.