

PELATIHAN PEMASARAN DIGITAL PRODUK DAUR ULANG SAMPAH PLASTIK BAGI KELOMPOK PKK DI SURABAYA

Wininatin Khamimah¹, Dewi Urip Wahyuni², Tegowati³, Eka Yuliati⁴

^{1,2,3,4} Jurusan Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Surabaya
e-mail: wininatinkhamimah@stiesia.ac.id

Abstrak

Mitra kegiatan pengabdian ini adalah ibu-ibu PKK di RT 08 RW 05 kelurahan Airlangga kecamatan Gubeng berjumlah 25 orang. Permasalahan yang dihadapi yaitu mitra belum mengetahui cara memasarkan produknya di *market place*. Penjualan produknya berupa tas serba guna, tudung saji dan *ecobrick* masih terbatas. Saat ini mitra penjualan hanya di sekitar tempat tinggalnya, sehingga hasil penjualan pun masih sedikit. Seiring kemajuan zaman dan perkembangan teknologi informasi, para pelaku usaha harus mengikuti kemajuan teknologi agar usahanya berkembang. Maka diberikan solusi berupa pelatihan dan pendampingan pemasaran digital produk daur ulang sampah plastik di salah satu *market place* yaitu shopee. Metode pengabdian: a. Mitra diberi pelatihan pemasaran digital produk daur ulang sampah plastik secara *offline*; b.) Melakukan pendampingan secara daring melalui media *whatsapp group* dan *video call*. Mitra antusias mengikuti pelatihan pemasaran digital karena menambah pengetahuan dan keterampilannya yaitu bisa membuat toko *online* di Shopee. Saat kegiatan pendampingan diketahui bahwa mitra masih banyak yang belum membuat toko *online* karena beberapa alasan. Seperti handphone tidak memadai untuk membuat toko *online*, belum percaya diri dengan kualitas produk yang dijual dan merasa masih kurang variasi produknya sehingga perlu banyak belajar lagi. Mitra telah mengetahui manfaat menggunakan media sosial untuk menawarkan produknya secara luas yaitu melalui Shopee. Oleh sebab itu penyuluhan literasi digital bagi masyarakat perlu terus dilakukan agar bisa mengikuti perkembangan teknologi yang berdampak positif bagi usahanya.

Kata kunci: Pemasaran Digital; Handycraft; Sampah Plastik

Abstract

The partners for this service activity are 25 PKK women in RT 08 RW 05, Airlangga sub-district, Gubeng sub-district. The problem faced is that partners do not know how to market their products in the market place. Sales of products in the form of multi-purpose bags, food hoods and *ecobricks* are still limited. Currently, the partner only sells to people around where he lives, so sales results are still small. As time advances and the development of information technology, business actors must follow technological advances so that their businesses develop. So a solution was provided in the form of training and assistance in digital marketing of plastic waste recycling products in one of the market places, namely Shopee. Service method: a. Partners are given offline digital marketing training for plastic waste recycling products; b.) Provide online assistance through WhatsApp groups and video calls. Partners are enthusiastic about taking part in digital marketing training because they will increase their knowledge and skills, namely being able to create an online shop on Shopee. During the mentoring activities, it was discovered that there were still many partners who had not created online shops for several reasons. For example, their cell phone is not sufficient to create an online shop, they are not yet confident in the quality of the products being sold and they feel that there is still a lack of product variety so they need to learn more. Training participants already know the benefits of using social media to offer their products widely, namely through Shopee. Therefore, digital literacy education for the community needs to continue to be carried out so that they can keep up with technological developments that have a positive impact on their business.

Keywords: Digital Marketing; Handycraft; Plastic Waste

PENDAHULUAN

Surabaya yang berpenduduk hampir mencapai 3 juta jiwa dan menjadi kota perdagangan dan perindustrian pasti menghadapi masalah penanganan sampah khususnya sampah plastik. Sampah plastik masih menjadi masalah besar dan menjadi ancaman bagi lingkungan. Berdasarkan data Lembaga Kajian Ekologi dan Konservasi Lahan Basah, setiap tahun ada 8 juta ton sampah plastik se Indonesia khususnya Pulau Jawa. Dari

jumlah ini, 3 juta ton bisa diolah dan 5 ton tidak terkelola. Ada yang dibuang, ditimbun, dibakar dan 2,6 juta ton dibuang ke aliran sungai (<https://suara.com>).

Sampah adalah sisa kegiatan sehari-hari manusia dan/atau proses alam yang berbentuk padat, menurut Peraturan Daerah Kota Surabaya Nomor 5 Tahun 2014. Sampah plastik yaitu seluruh barang bekas atau tidak dipakai yang bahannya dihasilkan dari bahan kimia tak terbarukan (<https://jdih.surabaya.go.id>). Kumar (2011) dalam Tiara (2018) menyatakan bahwa plastik adalah salah satu makromolekul yang dibentuk melalui proses polimerisasi. Polimerisasi merupakan proses penggabungan beberapa molekul sederhana (monomer) melalui proses kimia menjadi molekul besar (makromolekul atau polimer). Plastik merupakan senyawa polimer yang unsur penyusun utamanya dari karbon dan hidrogen. Dalam pembuatan plastik, salah satu bahan baku yang sering digunakan yaitu naphta. Naphta adalah bahan yang dihasilkan dari penyulingan minyak bumi atau gas alam.

Pemerintah tentu sulit bergerak sendiri dalam mengatasi sampah plastik, untuk itu harus melibatkan beberapa pihak, seperti kalangan akademisi, Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) dan masyarakat. Seperti diketahui, sampah dari rumah tangga merupakan salah satu penyumbang sampah terbesar setelah industri dan perdagangan. Melihat fakta ini, tentu peran ibu sangat penting dalam mengelola sampah rumah tangga karena seorang ibu adalah figur sentral dan menjadi *role model* dalam keluarga. Sangat penting melibatkan kaum ibu dalam menangani sampah plastik di Surabaya karena peran pentingnya dalam keluarga. Kaum ibu yang sudah memiliki kesadaran mengelola sampah dengan baik harus terus dibina agar mampu memanfaatkan potensi ekonomi sampah plastik.

Demikian juga mitra pengabdian masyarakat saat ini. Mitra adalah para ibu Kelompok PKK di RT 08 RW 05 Kelurahan Airlangga Kecamatan Gubeng yang berjumlah 25 orang. Mitra adalah kaum ibu berusia 30-65 tahun yang sebagian besar adalah murni ibu rumah tangga, tujuh orang berstatus pegawai. Berdasarkan survei, mitra selama ini mengumpulkan botol, gelas plastik dan kardus dua pekan sekali ke petugas yang ditunjuk di lingkungan PKK RT. Kemudian dijual ke pengepul barang bekas. Kondisi ini telah berlangsung sekitar 10 tahun. Sudah pernah dilakukan pelatihan memanfaatkan sampah plastik menjadi kerajinan tangan dan *ecobrick*. Pengetahuan dan keterampilan mitra bertambah dalam pemanfaatan sampah plastik yang lebih inovatif setelah diadakan pelatihan.

Beberapa mitra pun sudah berhasil membuat beberapa produk daur ulang sampah plastik dan menjualnya. Tetapi pemasarannya masih terbatas, yaitu kepada konsumen di sekitar tempat tinggal dan para kerabat. Karena mitra belum tahu bagaimana cara memasarkan produknya secara digital. Sehingga perlu diberi pelatihan dan pendampingan lagi agar mereka mengetahui cara memasarkan produk daur ulang sampah plastik di salah satu *market place*, yaitu Shopee. Shopee dipilih karena paling banyak penggunanya di Indonesia. Jangkauan luas seluruh Indonesia, sudah terbentuk komunitas pembeli, murah dan mudah proses pendaftarannya di *market place*. Pada Shopee ada fitur promosi gratis untuk menarik pembeli dan meningkatkan penjualan. Juga terintegrasi dengan sistem jasa kirim yang didukung Shopee untuk membantu bisnis berkembang dan panduan, webinar. Serta pelatihan gratis di Pusat Edukasi Penjual untuk membantu masyarakat menguasai keterampilan berjualan *online* di Shopee.

METODE

Bentuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang masih dalam suasana belum bebas dari masa Pandemi Covid19 ini dilakukan dengan dua cara, yaitu tatap muka dan daring (dalam jaringan). Rincian kegiatan dilaksanakan sebagai berikut:

1. Survey pendahuluan tentang rencana kegiatan pengabdian masyarakat kepada Ketua dan Sekretaris PKK RT 08 RW 05 Kelurahan Airlangga Kecamatan Gubeng, Surabaya secara daring. Hal ini terkait surat permintaan sebagai nara sumber dari Pengurus PKK RT.
2. Mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi Pengurus PKK secara daring.
3. Melakukan pelatihan sesuai permasalahan yang dihadapi para anggota PKK secara *offline* atau tatap muka. Pelatihan dilakukan dengan mengundang para anggota PKK RT 08 RW 05 Kelurahan Airlangga. Peserta diberi pelatihan tentang pemasaran digital produk daur ulang sampah plastik dengan tetap mematuhi protokoler kesehatan.
4. Melakukan pendampingan secara *online* atau dalam jaringan (daring) melalui media *whatsapp group* dan *video call* sebagai tindak lanjut kegiatan pelatihan. Pendampingan dilakukan untuk mengetahui penerapan materi pelatihan dan mengetahui kendala yang dihadapi peserta. Dalam pendampingan diharapkan Tim PKM akan mendapat masukan atau umpan balik terkait pelatihan yang telah dilaksanakan.

Dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini, mitra berpartisipasi dalam menyediakan tempat pelatihan, mengkoordinir konsumsi dan membantu mengurus administrasi terkait perijinan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Permasalahan mitra yaitu para anggota PKK belum mengetahui cara memasarkan produk daur ulang sampah plastik secara digital atau melalui internet. Ini ditunjukkan dengan masih belum ada anggota PKK yang menjual produk kerajinan tangan dari sampah plastik secara digital. Produk kerajinan berupa tas, tudung saji dan ecobrick dijual secara konvensional, yaitu menjual secara langsung pada konsumen, dalam arti bertemu secara fisik. Sehingga konsumen sangat terbatas dan hasil penjualan masih sedikit. Oleh karena itu diberikan solusi berupa pelatihan dan pendampingan pemasaran digital produk daur ulang sampah plastik. Agar mitra mengetahui bagaimana memasarkan produknya secara digital dengan membuat toko online di salah satu market place, yaitu Shopee. Shopee merupakan market place (loka pasar) yang paling banyak penggunanya di Indonesia.

American Marketing Association (AMA) dalam Slamet dkk. (2018) mendefinisikan pemasaran sebagai fungsi organisasi dan sekelompok proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan dan menyampaikan nilai kepada pelanggan, serta mengelola hubungan dengan pelanggan melalui cara yang menguntungkan organisasi dan pihak yang berkepentingan/stakeholders. Menurut Kotler dan Susanto (2002) dalam Saragih (2015), pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan dari perwujudan pemberian harga, promosi dan distribusi dari barang-barang, jasa dan gagasan untuk menciptakan pertukaran dengan kelompok sasaran yang memenuhi tujuan pelanggan dan organisasi. Pemasaran merupakan upaya produsen mengenalkan dan merayu konsumen agar berminat membeli produknya. Sedangkan pemasaran digital (digital marketing atau E-marketing) adalah penggunaan teknologi digital untuk mencapai tujuan pemasaran serta upaya pengembangan atau penyesuaian konsep pemasaran itu sendiri, dapat berkomunikasi secara global dan mengubah cara perusahaan melakukan bisnis dengan pelanggan (Ali, 2013) dalam Febriyantoro (2018).

Menurut Chaffey dkk (2009) dalam Febriyantoro (2018), pemasaran digital merupakan pemasaran melalui penerapan teknologi secara digital atau melalui internet. Pemasaran melalui internet pada saat ini mutlak diperlukan oleh para pelaku usaha. Wardhana (2015) dalam Setiawati (2022), menyatakan bahwa strategi digital marketing berpengaruh 70% terhadap keunggulan bersaing UMKM dalam memasarkan produknya. Upaya pelatihan dan pendampingan ini agar mitra berhasil menjual produk daur ulang sampah plastik secara lebih luas. Sehingga penghasilan mereka bertambah dan dapat meningkatkan kesejahteraan keluarga melalui ecopreneurship. Usaha kerajinan tangan dari sampah plastik ini memiliki beberapa dampak positif. Pertama, menurunkan jumlah sampah plastik sehingga membantu mengatasi masalah pencemaran lingkungan. Kedua menjadi sumber penghasilan sehingga meningkatkan kesejahteraan keluarga. Ketiga, membuka lapangan kerja baru yang mampu mengurangi pengangguran. Juga bisa memberdayakan kaum ibu di sekitar tempat usaha kerajinan tangan sehingga para ibu mempunyai ketrampilan dan sumber penghasilan tambahan. Keempat, menjadi sumber finansial bagi pelaku usaha ini sehingga taraf hidupnya meningkat (Khamimah, 2021).

Hakikat ecopreneurship adalah jeli dalam melihat masalah menjadi peluang usaha dan sekaligus menjadi solusi masalah lingkungan. Upaya pengurangan sampah dan sosialisasi arti penting kewirausahaan harus terus dilakukan agar sampah tidak menjadi permasalahan yang berdampak buruk bagi manusia dan lingkungan. Terkait hal itu, para pemangku kepentingan harus berupaya agar para ecopreneur baru bermunculan guna membantu mengatasi masalah sampah plastik sekaligus meningkatkan penghasilan masyarakat. Lubis (2015) menyatakan bahwa lingkungan, sosial dan ekonomi merupakan tiga penggerak utama dalam meningkatkan kelompok masyarakat ecopreneur. Konsep ini disebut the triple drivers of ecopreneurship.

Mengingat keutamaan ecopreneurship ini, sudah semestinya jiwa kewirausahaan yang berwawasan lingkungan terus digaungkan khususnya bagi ibu rumah tangga melalui Kelompok PKK di masing-masing RT. Jika mereka memiliki wawasan dan keterampilan kewirausahaan, kaum ibu ini kemungkinan besar akan memulai menjadi wirausaha. Mereka tentu mampu mengamati potensi usaha di sekitar tempat tinggalnya. Kaum ibu yang berwirausaha dan bisa dikerjakan di rumah, diharapkan akan lebih bahagia dan sejahtera karena mempunyai penghasilan tambahan. Dengan demikian

kesejahteraan keluarga pun meningkat sehingga diharapkan mampu meningkatkan kualitas sumber daya manusia Indonesia.

Hasil yang di dapatkan dalam program pengabdian masyarakat Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya adalah dapat memberikan masukan ilmu pengetahuan yang berbasis teknologi dengan membuat toko online di loka pasar yaitu Shopee kepada mitra. Hal ini dapat memberikan kontribusi keterampilan bagi kaum ibu khususnya anggota PKK RT 08 RW 05 kelurahan Airlangga Kecamatan Gubeng Surabaya agar dapat meningkatkan kesejahteraannya dan dapat menambah penghasilan keluarga. Serta dapat memberikan manfaat bagi mahasiswa yang selama ini mendampingi dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat yaitu di dalam memanfaatkan media sosial sebagai tempat untuk membuat toko online melalui Shopee. Untuk saat ini usaha tokonya adalah memasarkan produk daur ulang sampah plastik berupa tas serba guna, ecobrick dari botol plastik yang dibentuk menjadi meja komputer dan kursi kecil untuk duduk. Setelah diberikan pelatihan para ibu mulai mengetahui manfaat loka pasar yaitu Shopee dalam menawarkan produknya. Sebagian peserta mulai membuat toko online di Shopee dan menawarkan produknya walaupun masih hanya beberapa produk yang dijual. Hal ini merupakan langkah awal bagi para ibu dalam melakukan usahanya dan siap bersaing dengan pebisnis lainnya.

Dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini sesuai tujuan dilakukannya pengabdian masyarakat. Pelatihan dan pendampingan pemasaran digital produk daur ulang sampah plastik ini merupakan lanjutan pelatihan sebelumnya. Tiga pelatihan sebelumnya yaitu tentang ecopreneurship dengan membuat bermacam kerajinan tangan dari sampah plastik dan penetapan harga jual produk. Pada kesempatan ini para ibu bersemangat dan senang mengikuti pelatihan digital marketing yaitu dengan membuat toko online di loka pasar Shopee untuk menawarkan dan memperkenalkan produknya dengan jangkauan pasar lebih luas. Para ibu tidak perlu mengeluarkan biaya untuk membuat atau menyewa toko, juga tidak perlu keluar rumah untuk menjaga tokonya, melainkan cukup dari rumah saja. Mereka sudah bisa memasarkan produknya ke seluruh Indonesia bahkan keluar negeri melalui pemasaran digital. Makin banyak produk daur ulang sampah plastik yang mampu dijual, berarti makin banyak sampah plastik yang bisa diolah sehingga mengurangi pencemaran lingkungan. Ecopreneurship mampu menjawab dua masalah sekaligus dalam satu aksi, yaitu membantu mengatasi masalah lingkungan dan finansial. Indonesia memiliki penduduk di pesisir sebanyak 187,2 juta yang menghasilkan 3,22 juta ton sampah plastik per tahun yang tidak dikelola secara benar. Sekitar 0,48-1,29 juta ton dari sampah plastik ini diduga menyebabkan pencemaran laut (Ardhani, et al, 2020).

Menurut Kirkwood and Walton (2010) dalam Yunita Ismail Masjud (2020), ecopreneur adalah entrepreneur atau wirausaha yang menjalankan bisnisnya berdasarkan prinsip-prinsip berkelanjutan (sustainability principles). Berarti dalam praktek bisnisnya mereka tidak hanya memikirkan keuntungan finansial sesaat, tetapi ikut terlibat dalam pelestarian lingkungan. Istilah ecopreneurship mulai muncul pada awal 1970 melalui deklarasi United Nations Environment Programme (UNEP) di Stockholom. Badan PBB yang menangani lingkungan ini menyerukan penyelamatan lingkungan dengan memperhatikan pentingnya kegiatan manusia untuk melindungi dan menjaga kondisi bumi agar tetap layak huni (Potlur dan Phani, 2019). Pelaksanaan kegiatan ini tdk hanya bermanfaat bagi peserta. Bagi Tim Pengabdian, kegiatan ini dapat digunakan sebagai bahan rujukan untuk melakukan pelatihan-pelatihan lagi bagi para ibu yang ingin mengembangkan usahanya dengan memasarkan produknya melalui toko online.

SIMPULAN

Para ibu anggota PKK RT 08 RW 05 kelurahan Airlangga kecamatan Gubeng Surabaya sebagai peserta pelatihan telah mendapatkan pelatihan tentang cara membuat toko online di loka pasar yaitu Shopee. Peserta pelatihan telah mengetahui manfaat menggunakan media sosial untuk menawarkan produknya di masyarakat luas yaitu melalui Shopee. Sebagian peseta yaitu sekitar 85% tertarik memanfaatkan media sosial sebagai sarana menawarkan produknya. Tetapi sekitar 15% masih bingung menawarkan produknya di media sosial karena segala keterbatasannya seperti handphone yang tidak memadai. Tim pengabdian masyarakat dari STIESIA sudah berusaha membantu membuatkan tokonya bagi peserta pelatihan yang belum bisa. Besar harapan kami, mitra dapat menambah penghasilannya dan meningkatkan kesejahteraan keluarga.

Para ibu peserta pelatihan diharapkan dapat menciptakan inovasi dan kreativitas dalam membuat produk daur ulang sampah plastik sehingga semakin banyak jenis produk untuk dipasarkan melalui toko online di Shopee yang sudah dibuat. Melalui produk daur ulang yang variatif dan berkualitas akan banyak diminati masyarakat sehingga meningkatkan omset penjualannya.

SARAN

Pelatihan serupa sebaiknya terus dilakukan agar pelaku usaha khususnya UMKM mampu menjual produknya secara lebih luas dan usahanya berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardhani, Anggita Dwi, Yoga A. Pongtuluran dan Louis IX King, (2020), Dua Sisi Mata Uang: Kebijakan Publik dan Penanganan Sampah Plastik di Indonesia, Kementerian Sosial Politik dan Kajian Strategis BEM USD, <https://usd.ac.id>
- Febriyantoro, Mohamad Trio, Debby Arisandi, (2018), Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi ASEAN, Jurnal Manajemen Dewantara, Vol. 1 No. 2.
- Khamimah, Wininatin (Juni 2021), Peran Ecopreneurship Dalam Mengatasi Sampah Plastik Di Surabaya (Studi Kasus Pada Asri Recycle Mojo Surabaya), JEBDEKER, Volume 1 No. 2, STIE Surakarta.
- Lubis, Ratna Lindawati, (2015): The Triple Drivers Of Ecopreneurial Action For Taking The Recycling Habits To The Next Level: A Case Of Bandung City, Indonesia, International Journal of Multidisciplinary Thought, 05(02):17-48.
- Masjud, Yunita Ismail, (2020), Ecopreneurship As A Solution To Environmental Problems: Implications For University Entrepreneurship Education, Journal of Environmental Science and Sustainable Development, Volume 3, Issue 1, Page 97-113,
- Potlur, Seema dan Phani B V (2019): Waste-preneurship: A model of Environmental benefit <https://www.researchgate.net/publication/335739939>
- Setiawati, Anis, Anisa Rahma Safitri (2022), Strategi Pemasaran UMKM Era Pasar Digital Melalui Pelatihan Kewirausahaan Di Kota Tangerang, Jurnal Inovasi dan Pengabdian Kepada Masyarakat, Vol 2. No. 1, Universitas Sultan Agung Tirtayasa
- Slamet, Franky, Hetty Karunia Tunjung Sari dan Mei Le. (2016). Dasar-dasar Kewirausahaan: Teori dan Praktik. Edisi Kedua, Indeks, Jakarta.
- Tiara, Diana Rizqi, Iswanto Dan Adib Suyanto, (2018), *Pengaruh Model Tempat Sampah Pencacah Plastik Terhadap Penurunan Volume Dan Peningkatan Nilai Ekonomi Sampah*. <http://eprints.poltekkesjogja.ac.id/1083>
- <https://surabaya.liputan6.com>, 27 Mei 2021: Benarkah Ada Penyusutan Jumlah Penduduk di Surabaya? Diakses pada 4 Oktober 2021.
- <https://suara.com>, 15 September 2021: Indonesia Hasilkan 8 Juta Ton Sampah Plastik Tiap Tahun, Hanya 3 juta yang Bisa Diolah . Diakses pada 4 Oktober 2021.
- <https://jdih.surabaya.go.id> : Peraturan Daerah Kota Surabaya No. 5 Tahun 2014 Tentang Pengelolaan Sampah dan Kebersihan Di Kota Surabaya
- <https://www.surabaya.go.id>: Daftar Kecamatan dan Kelurahan di Surabaya
- <https://seller.shopee.co.id>