

Pemanfaatan *E-Commerce* sebagai Upaya Peningkatan Penjualan Produk Bank Sampah

Fita Nurotul Faizah
UIN Walisongo Semarang
fitanurotul.faizah@walisongo.ac.id

Received: 5 Oktober 2022; Revised: 15 Agustus 2023; Accepted: 25 September 2023

Abstract

Waste banks play an important role in the waste recycling process. Waste that turns into something of economic value can provide income for its managers. This service aims to increase knowledge about digital marketing through the Shopee marketplace in Langenharjo Village, Kendal. The implementation method uses the PAR method which includes three stages, including preparation, training and evaluation. The training participants totaled 50 people, including 30 Kendal District environmental cadres, 10 waste bank managers and 10 representatives of PKK mothers. The results of the service showed an understanding of digital marketing up to 100%. However, at the practical stage there were 23% of participants who had not succeeded in the training. In order for this training to really contribute to increasing income, further assistance and training is needed by local waste bank managers and Kendal Regency environmental cadres who understand the Shopee marketplace. The goal is to see the development of products that have been sold on the previous Shopee account.

Keywords: *digital; e-commerce; marketing; sale; waste bank*

Abstrak

Bank sampah memiliki peran penting dalam proses daur ulang sampah. Sampah yang berubah menjadi sesuatu bernilai ekonomis dapat memberikan penghasilan bagi pengelolanya. Pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan tentang *digital marketing* melalui *marketplace* Shopee di Kelurahan Langenharjo Kendal. Metode pelaksanaan menggunakan metode PAR yang mencakup tiga tahapan, meliputi persiapan, pelatihan dan evaluasi. Adapun peserta pelatihan ini berjumlah 50 orang, meliputi 30 kader lingkungan Kabupaten Kendal, 10 pengelola bank sampah dan 10 perwakilan ibu-ibu PKK. Hasil pengabdian menunjukkan adanya pemahaman *digital marketing* sampai 100%. Namun, pada tahap praktik terdapat 23% peserta yang belum berhasil mengikuti pelatihan. Agar pelatihan ini benar-benar berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan, maka dibutuhkan pendampingan dan pelatihan lanjutan oleh pengelola bank sampah setempat dan kader lingkungan Kabupaten Kendal yang paham akan *marketplace* Shopee. Tujuannya untuk melihat perkembangan dari produk yang sudah dijual pada akun Shopee sebelumnya.

Kata Kunci: *digital; e-commerce; pemasaran; penjualan; bank sampah*

A. PENDAHULUAN

Bank sampah merupakan solusi pengelolaan sampah dengan keikutsertaan masyarakat dalam pemilahan sampah

(Dewanti et al., 2020; Fithri et al., 2021). Peran Bank Sampah menjadi penting dengan terbitnya Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 81 Tahun 2012 tentang Pengelolaan Sampah

Pemanfaatan *E-Commerce* sebagai Upaya Peningkatan Penjualan Produk Bank Sampah

Fita Nurotul Faizah

Rumah Tangga dan Sampah Sejenis Sampah Rumah Tangga dengan menerapkan prinsip 3r yakni *reduce*, *reuse* dan *recycle* (Suryani, 2014). *Reduce* adalah mengurangi timbulan sampah pada sumbernya. *Reuse* merupakan upaya pemanfaatan kembali barang atau sampah yang sudah tidak berguna. Sedangkan *recycle* adalah upaya mendaur ulang barang atau sampah menjadi barang lain yang memiliki fungsi lebih dan bernilai ekonomis (Muyassarrah et al., 2022).

Masyarakat dapat memilah sampah organik dan anorganik. Sampah organik dapat di daur ulang menjadi pupuk kompos atau biogas. Sedangkan anorganik didaur ulang menjadi berbagai perabotan seperti tas, tempat tissue, sandal, dan lainnya (Fithri et al., 2021; Pravasanti & Ningsih, 2020; Suryani, 2014). Perubahan ini akan berdampak pada *lifestyle* masyarakat menjadi lebih bersih (Khaira et al., 2020). Tidak hanya itu, daur ulang bank sampah juga memiliki nilai ekonomis yang mampu memberikan penghasilan bagi pengelolanya (Setianingsih & Finatariyani, 2022; Wartama & Nandari, 2020).

(Nasution & Ichsan, 2021) menyebutkan bank sampah mampu membuka peluang usaha. Senada dengan ini, (Kusuma et al., 2020) menegaskan bank sampah berdampak pada peningkatan pendapatan dan pemberdayaan masyarakat. Meskipun pada aspek pemberdayaan masih terlihat belum maksimal. (Setianingsih & Finatariyani, 2022) Kemudian, (Lukiana et al., 2022) menambahkan dampak lain bank sampah meliputi perubahan yang terjadi pada beberapa aspek, yaitu lingkungan, ekonomi, sosial dan kesehatan.

Melihat urgensi bank sampah, maka Kabupaten Kendal juga mendirikan bank sampah dengan nama BSI (Bank Sampah Induk) Kendal tahun 2020 yang merupakan pengembangan dan perubahan dari Bank Sampah Resik Becik tahun 2013. Tujuannya untuk membantu mengatasi permasalahan lingkungan yaitu sampah, meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pemilahan sampah, dan berupaya melakukan pemberdayaan masyarakat (Muyassarrah et al., 2022).

Selama ini, program 3R di BSI Kendal sudah diterapkan. Bahkan, program yang ada tidak sekedar mengumpulkan dan menjual sampah. Lebih dari itu, yaitu tukar sampah dengan sembako, pengobatan gratis dengan menukar sampah, bahkan juga terdapat program tukar sampah menjadi emas. Sayangnya, pada aspek *recycle* masih belum optimal. Ini dibuktikan dengan output atau produk yang dihasilkan belum dijual di pasaran. Sehingga, tahap pemberdayaan masyarakat yang berupa meningkatkan pendapatan belum sepenuhnya terpenuhi. Untuk itu, edukasi mengenai pemasaran dirasa menjadi penting. Tujuannya, untuk memperkenalkan hasil olahan sampah secara nyata, sehingga masyarakat semakin sadar bahwa sampah yang selama ini dibiarkan membusuk begitu saja ternyata dapat menjadikan penghasilan.

Strategi pemasaran atau *marketing* dewasa ini semakin berkembang. Pemasaran digital merupakan jalur alternatif yang sangat membantu pelaku usaha dengan modal dana yang minimum. Penggunaan *e-commerce* sebagai tempat jual beli sebuah produk memberikan keuntungan besar bagi pemilik usaha, (Arpila & Suhartini, 2020). Pada *e-commerce* terdapat *marketplace-marketlace* yang merupakan layanan jual beli, seperti Tokopedia, Bukalapak, Blibli.com, Shopee, dan sebagainya. Namun, melihat potensi masyarakat Kendal, maka penulis memilih Shopee sebagai media alternatif menjual produk hasil olahan sampah. Sehingga, diharapkan tujuan akhir dari pengelolaan sampah tidak hanya pada memproduksi saja, tetapi juga dapat menjual produk tersebut.

B. PELAKSANAAN DAN METODE

Kegiatan pengabdian pada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan masyarakat terhadap *digital marketing* melalui *marketplace* Shopee. Hasil dari penjualan tersebut, nantinya diharapkan dapat meningkatkan pendapatan serta memberdayakan masyarakat. Sehingga, terwujudlah kampung produktif. Untuk itu, pengabdian ini menggunakan metode

Participatory Action Research (PAR) dengan tujuan akhir adalah adanya perubahan sosial (Rahmat & Mirnawati, 2020). Adapun pelaksanaan pengabdian ini bertempat di Kelurahan Langenharjo Kabupaten Kendal tepatnya di Ruang Terbuka Hijau pada tanggal 27 Juli 2022.

Sebelumnya, Penulis melakukan pengamatan terhadap BSI Kendal. Melihat potensi produk yang dihasilkan melalui daur ulang cukup tinggi, maka Penulis memutuskan untuk memberikan pelatihan dengan tema “Pemanfaatan *e-commerce* sebagai upaya peningkatan penjualan produk Bank Sampah”. *E-commerce* yang dipilih adalah *marketplace* Shopee. Hal ini disebabkan mayoritas peserta sudah memiliki akun Shopee.

Selanjutnya, untuk suksesnya pelatihan tersebut, maka pada hari yang sama juga diadakan pelatihan *ecopreneurship* dengan mengubah sampah menjadi *eco-enzym*. Adapun jumlah peserta 80 orang. Agar hasil produk dari pelatihan sebelumnya dapat dijual dan dimanfaatkan, maka dilanjutkanlah pelatihan dengan tema *digital marketing* melalui *marketplace* Shopee. Namun, jumlah peserta pada pelatihan ini berbeda dengan sebelumnya. Peserta dalam kegiatan ini lebih fokus kepada pengelola bank sampah yakni berjumlah 50 orang meliputi 10 orang pengelola BSI, 10 orang perwakilan ibu-ibu PKK, dan 30 kader lingkungan hidup kabupaten Kendal.

Dengan begitu, produk yang menjadi contoh dalam pelatihan ini merupakan produk asli dari hasil pengolahan sampah. Melihat urgensi pelatihan ini, maka sasaran pengabdian ini adalah meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta tentang *digital marketing* melalui *marketplace* Shopee.

Selanjutnya, evaluasi. Evaluasi mencakup dua hal, yakni pada saat pelatihan berlangsung dan setelah pelatihan. Teknik evaluasi yang dilakukan pada saat pelatihan berlangsung adalah dengan melihat keberhasilan peserta dalam mengikuti tahap demi tahap pelatihan sampai pada tahap akhir yaitu mengunggah produk di *Marketplace* Shopee. Namun, jika masih terdapat peserta

yang belum selesai mengunggah produk, maka akan mendapat pendampingan dari Kader Lingkungan Hidup Kabupaten Kendal. Dengan demikian, tahapan pengabdian dapat disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Tahapan Pengabdian

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Produk daur ulang sampah yang diproduksi oleh BSI Kendal memiliki potensi untuk dikembangkan. Sayangnya, potensi tersebut terhambat oleh aktivitas pemasarannya. Pemasaran merupakan aspek penting dalam manajemen bisnis (Amelianny et al., 2022). Tujuannya untuk meningkatkan penjualan terhadap bisnis yang dijalankan, sehingga dapat berkontribusi terhadap perekonomian masyarakat (Amalia & Faizah, 2022; Rini et al., 2022).

Dewasa ini, pemasaran dapat dilakukan secara online yang disebut dengan *digital marketing*. *Digital marketing* membantu untuk mempromosikan produk lebih mudah, efektif dan efisien (Faizah, 2022). Hal ini akan memudahkan bank sampah dalam menjual produk daur ulangnya. Menurut Mirza (2022) sebagai *Business Development-event & Partnership at Shopee International Indonesia* dalam Workshop Business Development Service di UIN Walisongo menyebutkan peluang bisnis online di Indonesia tahun 2022 dilatarbelakangi oleh pertumbuhan pesat pengguna digital, dukungan platform digital untuk penjual, dan *e-commerce* menjadi pendorong utama ekonomi.

Observasi dan wawancara merupakan tahap awal kegiatan pengabdian guna mengetahui problematika yang terjadi di lapangan. Seperti yang dijelaskan sebelumnya, permasalahan lain yang dihadapi oleh BSI Kendal adalah cara menjual produk kepada masyarakat umum. Oleh karena itu, solusi yang ditawarkan adalah melakukan pelatihan tentang pemasaran online/*digital marketing* dengan menggunakan platform Shopee.

Mulanya, pada saat pelaksanaan pelatihan, peserta terlebih dahulu

Pemanfaatan *E-Commerce* sebagai Upaya Peningkatan Penjualan Produk Bank Sampah

Fita Nurotul Faizah

diperkenalkan platform Shopee. Selanjutnya, para peserta diminta untuk mengunduh dan melakukan registrasi akun Shopee melalui *handphone* masing-masing. Adapun langkah melakukan registrasi akun Shopee adalah dengan klik menu registrasi, memasukkan nomor *handphone*. Kemudian, peserta akan menerima sebuah SMS yang merupakan kode verifikasi atau OTP, setelah itu, peserta memasukkan kode tersebut pada kolom shopee. Kemudian isi akun, meliputi nama dan *password*. Selanjutnya klik daftar. Maka, akun Shopee peserta akan aktif dan dapat digunakan (Muyassarrah et al., 2021).

Jika akun Shopee sudah aktif, maka langkah berikutnya adalah membuat akun toko/penjual di Shopee. Tahapannya adalah klik “saya”, kemudian klik pengaturan pada pojok kanan atas, pilih profil saya dan lengkapi, mulai dari nama toko, *username*, profil, dan sebagainya klik centang. Setelah itu, lengkapi alamat dan isi kartu atau rekening (Muyassarrah et al., 2021).

Selanjutnya, peserta diarahkan untuk menjual produk berupa eco-enzym yang merupakan hasil pelatihan pada kegiatan sebelumnya. Caranya dengan masuk pada akun toko, kemudian klik tambah produk, lengkapi hal-hal yang diperlukan terutama isian yang ditandai bintang merah. Setelah itu, klik tampilkan. Dengan begitu, produk sudah bisa dijual. Untuk menaikkan produk, maka dapat menggunakan ikon titik tiga, pilih naikkan produk. Hal ini bermaksud agar produk yang dipasarkan menjadi urutan pertama pada kolom pencarian. Ini dapat dilakukan selama empat jam sekali. Sesi pelatihan ini, tidak sekedar memberikan materi dan tutorial saja, melainkan juga memberikan kesempatan pada peserta untuk menanyakan kendala-kendala yang dihadapi atau permasalahan lain.

Meskipun pelatihan berjalan lancar. Namun, peserta tidak sepenuhnya dapat mengikuti. Peserta aktif adalah kader lingkungan kabupaten Kendal dan pengelola bank sampah. Sementara Ibu-ibu PKK belum bisa mengikuti pelatihan secara runtut. Untuk itu, yang menjadi evaluasi pada saat kegiatan

adalah diperlukan bantuan sebuah tim untuk mengontrol dan membantu peserta yang terdeteksi belum bisa mengikuti jalannya pelatihan. Meskipun demikian, antusiasme tetap terlihat pada peserta pelatihan. Mereka berharap kader lingkungan hidup membawa atmosfer baru bagi pengembangan bank sampah ke depan.



Gambar 2. Pelatihan *Digital Marketing* melalui Marketplace Shopee

Berikut adalah produk yang dijual pada salah satu akun toko peserta.



Gambar 3. Tampilan Produk pada Toko Shopee

Di sisi lain, karena produk belum pernah dijual ke luar komunitas, maka terjadi hambatan pada saat penentuan harga jual produk. Sebagai solusinya adalah harga prediksi yang dihitung oleh pengelola bank sampah. Kemudian, karena merupakan toko baru, maka pihak pengelola bank sampah belum berani memberlakukan gratis ongkos kirim, sehingga harga akhir produk lebih kecil dari pada ongkos kirim. Untuk itu, strategi yang dapat dilakukan adalah menjual produk dengan minimal order.



Hasil evaluasi yang lain adalah setelah pelaksanaan kegiatan pelatihan. Pada level pemahaman terhadap *digital marketing* dapat dikatakan berhasil 100%. Namun, pada tahap praktik 23% peserta belum dapat mengikuti pelatihan. Artinya, terdapat 77% peserta dikatakan berhasil. Ini dibuktikan dengan produk yang berhasil ditambahkan pada akun Shopee. Untuk itu, agar pelatihan ini benar-benar berkontribusi kepada peningkatan pendapatan, maka dibutuhkan pendampingan dan pelatihan lanjutan oleh pengelola BSI dan Kader Lingkungan Hidup Kabupaten Kendal. Tujuannya untuk melihat perkembangan dari produk yang sudah dijual pada akun Shopee sebelumnya.

D. PENUTUP

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema “Pemanfaatan E-Commerce sebagai Upaya Peningkatan Penjualan Produk Bank Sampah” di kelurahan Langenharjo Kabupaten Kendal telah dapat dijalankan dengan baik. Meskipun, terdapat kendala pada saat pelatihan. Mitra sangat antusias selama pelatihan berlangsung terbukti dengan banyaknya pertanyaan yang diajukan kepada tim pengabdian.

Rekomendasi sebagai tindak lanjut pengabdian ini yakni perlu adanya tim pengabdian, penambahan waktu pelatihan serta pendampingan atau diskusi lanjutan untuk mengetahui perkembangan dari pelaksanaan pengabdian ini.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, F., & Faizah, F. . (2022). Optimization Of Information And Communication Technology Products For Business Marketing At Students of Muslimat Islamic School, Ngaliyan. *Jurnal Abdi Insani*, 9(1).
<https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v9i1.473>
- Ameliyany, N., Ritonga, N., & Nisak, H. (2022). Strategi Pemasaran Budidaya Ikan Lele Pada Ud Karya Tani Di Kota Lhoksuemawe. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 5(2), 1527–1534.

<https://doi.org/10.36778/JESYA.V5I2.709>

- Arpila, R., & Suhartini, R. (2020). Pemanfaatan Teknologi E-Commerce Dalam Pemasaran Kain Perca Sebagai Produk Kreatif. *Jurnal Online Tata Busana*, 9(2).
- Dewanti, M., Priyo Purnomo, E., & Salsabila, L. (2020). *Analisa Efektifitas Bank Sampah Sebagai Alternatif Pengelolaan Sampah Dalam Mencapai Smart City Di Kabupaten Kulon Progo*. 5(1), 21–29.
<https://doi.org/10.26905>
- Faizah, F. N. (2022). Eksistensi bisnis kuliner halal melalui digital marketing di era new normal. *SERAMBI: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis Islam*, 4(1), 85–98.
<https://doi.org/10.36407/SERAMBI.V4I1.513>
- Fithri, D. L., Utomo, A. P., & Nugraha, F. (2021). Implementasi dan Pemanfaatan E-Marketing untuk Optimalisasi Business to Business di Bank Sampah Sekar Melati Kabupaten Kudus. *Journal of Dedicators Community*, 5(2), 110–117.
- Khaira, M., Hasanah, uswah, & Hayati, I. (2020). Peran Bank Sampah Dalam Meningkatkan Pendapatan Ibu Rumah Tangga di Desa Sait Buttu Kec. Pematang Sidamanik. *Ihsan: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 187–195.
<https://doi.org/10.30596/IHSAN.V2I2.5332>
- Kusuma, W. B., Permata, S., & Mariana, E. (2020). Sosialisasi Pendirian “Bank Sampah” Bagi Peningkatan Pendapatan Dan Pemberdayaan Perempuan Di Margasari. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 364–372.
<https://doi.org/10.31849/DINAMISIA.V4I2.4348>
- Lukiana, ninik, Irdiana, S., Darmawan, K., Ariyono, K. Y., Khairullah, M. N., & Chandra, Y. A. (2022). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Bank Sampah Untuk Meningkatkan Pendapatan

Pemanfaatan *E-Commerce* sebagai Upaya Peningkatan Penjualan Produk Bank Sampah

Fita Nurotul Faizah

- Masyarakat | Jurnal Pengabdian Mandiri. *JPM; Jurnal Pengabdian Mandiri*, 1(6). <https://bajangjournal.com/index.php/JPM/article/view/2536>
- Muyassarrah, M., Muslim, M. S., Faizah, F. N., & Arafat, A. T. (2022). Pentahelix Movement Through Ecopreneurship-based Waste Management. *Dimas: Jurnal Pemikiran Agama Untuk Pemberdayaan*, 22(2). <https://doi.org/10.21580/dms.2022.222.12983>
- Muyassarrah, M., Nurudin, N., & Asyifa, L. N. (2021). Pelatihan Bisnis Online Ibu Rumah Tangga Dalam Mengatasi Kemiskinan Masa Pandemi Covid-19. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 5(6), 2964–2974. <https://doi.org/10.31764/JMM.V5I6.4878>
- Nasution, L., & Ichsan, R. N. (2021). Sosialisasi Peluang Usaha Bank Sampah Dalam Peningkatan Pendapatan Masyarakat Di Masa Covid 19. *PKM Maju UDA*, 1(3), 107–112. <https://doi.org/10.46930/PKMMAJUUD.A.V1I3.882>
- Pravasanti, Y. A., & Ningsih, S. (2020). Bank Sampah Untuk Peningkatan Pendapatan Ibu Rumah Tangga. *Budimas : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1). <https://doi.org/10.29040/BUDIMAS.V2II.1015>
- Rini, A. D., Burhan, S. Y., Agusalm, L., Panjaitan, M., Purwandaya, B., Abdullah, Z., & Pasaribu, B. (2022). Pemberdayaan Kaum Perempuan dalam Pengembangan Model Bisnis Berbasis Ekonomi Biru. *Jurnal KARINOV*, 5(1), 70–74. <https://doi.org/10.17977/UM045V5I1P70-74>
- Setianingsih, E., & Finatariyani, A. (2022). Meningkatkan Pendapatan Dengan Pengolahan Sampah Pada Bank Sampah Asri Berseri Pamulang- Tangerang Selatan. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 3(3), 92–97. <https://doi.org/10.32493/ABMAS.V3I3.P92-97.Y2022>
- Suryani, A. S. (2014). Peran Bank Sampah Dalam Efektivitas Pengelolaan Sampah (Studi Kasus Bank Sampah Malang). *Aspirasi: Jurnal Masalah-Masalah Sosial*, 5(1), 71–84. <https://doi.org/10.46807/ASPIRASI.V5I1.447>
- Wartama, I. N. W., & Nandari, N. P. S. (2020). Pemberdayaan Masyarakat Dalam Pengelolaan Sampah Rumah Tangga melalui Bank Sampah di Desa Sidakarya Denpasar Selatan | Parta: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat. *PARTA: Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1). <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/parta/article/view/2574>