

PENDAMPINGAN PEMANFAATAN DIGITAL PLATFORM UNTUK MENINGKATKAN ADDED VALUE PADA UNIT BISNIS KERAJINANTANGAN BANK SAMPAH SRIKANDI BERDIKARI DI MASA PANDEMIK

Irpan Ripa'i Sutowo, Uljanatunnisa, Lusia Handayani, Vina Mahdalena

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta
uljanatunnisa@upnvj.ac.id

Abstract

At the beginning of 2020 the world community was shocked by the Corona Virus Pandemic or called Covid 19, it is estimated that more than 215 countries are struggling to stop the transmission of this virus, including the State of Indonesia. This pandemic has greatly impacted all sectors, especially the business sector, one of which was affected by the Srikandi Berdikari Garbage Bank (BSSB) handicraft unit located in Pasarean Village, Bogor Regency. Based on the results of the assessment that BSSB has obstacles in terms of marketing handicraft products both online and offline, so that assistance is needed related mainly to online marketing by utilizing digital platforms. Through PKM activities, the Abdimas team of Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta conducts online marketing assistance activities from education to practice. The series of activities consist of preparation, implementation.

Keywords: Pandemic, Garbage Bank, Online Marketing.

Abstrak

Awal tahun 2020 masyarakat dunia dikejutkan dengan Pandemi Virus Corona atau disebut dengan Covid 19, diperkirakan lebih dari 215 negara berjuang untuk menghentikan penularan virus ini tidak terkecuali Negara Indonesia. Pandemi ini sangat menimbulkan dampak dari segala sector terutama pada sector usaha yang salah satunya terdampak pada unit kerajinan tangan Bank Sampah Srikandi Berdikari (BSSB) yang berada di Desa Pasarean, Kabupaten Bogor. Berdasarkan hasil asesmen bahwa BSSB memiliki kendala dalam hal pemasaran produk kerajinan tangan baik secara virtual online maupun offline, sehingga dibutuhkan pendampingan yang berkaitan utamanya tentang pemasaran online dengan memanfaatkan platform digital. Melalui kegiatan PKM, tim Abdimas Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta melakukan kegiatan pendampingan pemasaran online dari edukasi hingga mempraktikannya. Adapun Rangkaian kegiatan terdiri dari persiapan dan pelaksanaan kegiatan..

Kata kunci: Pandemi, Bank Sampah, Pemasaran Online.

PENDAHULUAN

Ekonomi Kreatif menjadi sebuah pendekatan baru di era ekonomi disrupsi yang mengintensifkan informasi dan kreativitas sebagai faktor produksi utama dalam kegiatan ekonominya. Di Indonesia sendiri industri ekonomi kreatif yang paling menyentuh ke masyarakat mayoritas

adalah UKM yang dinilai sebagai salah satu kekuatan sistem perekonomian di Indonesia (Indika & Soleh, 2017).

Oleh sebab itu, Kementerian Koperasi dan UKM menyampaikan pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang bergerak di usaha bank sampah dapat menjadi penopang pertumbuhan ekonomi

masyarakat sehingga perlu dilandasi langkah antisipatif dari hulu sampai hilir, seperti meningkatkan kapasitas pengelola, melakukan kemitraan dengan instansi terkait, serta perluasan pemasaran, pembiayaan, dan pendampingan (Bisnis.com, 2017.).

Bisnis daur ulang sampah melalui bank sampah dinilai cukup potensial. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM terdapat 4.000 bank sampah yang mengumpulkan sampah rumah tangga untuk dipisahkan berdasarkan jenisnya dan didaur ulang menjadi berbagai produk bernilai jual tinggi (Kontan.co.id, 2018) Salah satu Bank Sampah yang sudah mengelola unit bisnis dengan serius adalah Bank Sampah Srikandi Berdikari yang berada di Kabupaten Bogor.

Bank Sampah Srikandi Berdikari (BSSB) Desa Pasarean Kecamatan Pamijahan Kabupaten Bogor lahir di pertengahan tahun 2016 sebagai bentuk pengembangan Pos Pemberdayaan Keluarga (Posdaya) "Srikandi" yang diinisiasi oleh warga Kp. Pasarean bekerjasama dengan LPPM - IPB. Visi besar dari BSSB ini adalah ingin mewujudkan masyarakat yang peduli akan kebersihan lingkungan melalui pengelolaan sampah yang efektif dan bernilai ekonomis.

Bank Sampah Srikandi Berdikari memiliki empat program kerja yaitu (1) Program Sosialisasi 3R (*Reuce,Reduce,Recycle*) dengan mengurangi volume sampah dengan mengumpulkan, memisahkan dan mengkategorikan sampah sesuai jenis masing masing untuk didaur ulang menjadi produk yang sesuai dengan bahan sampah tersebut, (2) Program Pelayanan kepada masyarakat berupa penyuluhan, Pendidikan dan pelatihan, serta penyediaan prasarana, (3) Program Sosialisasi, Promosi Dan Marketing,

berupa Pameran dan Workshop. dan (4) Program Peduli Lingkungan yang tidak hanya menitikberatkan pada mengatasi sampah namun juga pengelolaan sanitasi pembuangan akhir rumah tangga, penerapan biopori dan penghijauan.

Pertumbuhan nasabah Bank Sampah Srikandi Berdikari tergolong cukup pesat di awal tahun berdiri, namun di tahun 2020 tidak terdapat penambahan nasabah yang salah satunya dikarenakan sebagian pengurus BSSB sudah disibukan dengan kegiatan lain untuk menopang hidup, terlebih pada masa pandemik Covid-19 ini.

Dalam pengelolaan Bank Sampah Srikandi Berdikari, dibentuk beberapa Unit usaha untuk memisahkan beberapa kegiatan usaha dari masing-masing kegiatan Usaha di Bank Sampah Srikandi Berdikari, yaitu: 1) Unit Perdagangan: unit ini memproses jual beli barang bekas an-organik yang memiliki nilai jual. Unit ini sudah berjalan dari tahun 2016 sampai sekarang, akan tetapi setiap tahunnya mengalami penurunan apalagi ketika pendemi Covid 19 muncul, Tabungan sampah dari nasabah/penimbangan sampah semakin berkurang, selain itu harga jual sampah yang turun drastis; 2) Unit Kerajinan. Unit Kerajinan ini mengolah Sampah diantaranya: gelas plastik kemasan (bibir Ale-ale dll) menjadi produk tas, piring, topi, keranjang; kertas (koran, majalah dll) menjadi produk tas, tempat pensil, vas bunga, acesoris dll; 3) Unit Organik : unit ini dibentuk bertujuan selain untuk menambah penghasilan juga untuk menyadarkan masyarakat akan pemanfaatan sampah organik dirumah tangga.

Namun, yang menjadi permasalahan utama sumber daya manusia dan pemasaran. Pada bidang sumber daya, Selama ini pengurus Bank

Sampah mengalami kesulitan mencari tenaga kerja yang mau bekerja di unit-unit bank sampah dikarenakan kurangnya modal operasional untuk bisa membayar upah tenaga kerja dan juga kurangnya tenaga ahli untuk unit kerajinan. Pengurus masih bekerja secara sukarela dan belum mendapatkan upah yang memadai.

Sedangkan pada bidang Pemasaran. Sulitnya menjual sampah dengan harga yang cocok, dikarenakan pengepul seenaknya menentukan harga dan kami tidak punya kepastian pasar, dan untuk unit kerajinan sulit menjual hasil kerajinan daur ulang sampah, baik secara konvensional maupun online. Harga dari setiap produk daur ulang juga tidak memiliki kepastian harga, karena kurangnya informasi harga kerajinan daur ulang sampah sehingga sulit menentukan standar harga yang sebenarnya. konsumen tidak begitu banyak yang tertarik dengan hasil daur ulang sampah.

Maka melalui program pengabdian kepada masyarakat, tim pengabdian masyarakat UPNVJ berupaya untuk mengatasi masalah tersebut dengan melakukan upaya peningkatan pengetahuan mitra dibidang pemasaran online dan mempraktikannya.

METODE

Untuk mendapatkan hasil yang maksimal, dalam pelaksanaan kegiatan tim kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dibantu oleh beberapa pihak seperti pengurus Bank Sampah dan beberapa pemuda di Desa Pasarean.

Adapun langkah-langkah kegiatan Pengabdian meliputi tiga rangkaian kegiatan yaitu persiapan, pelaksanaan hingga evaluasi. Pada tahap persiapan tim pengabdian lebih banyak melakukan asesmen dan menggali data lebih jauh terkait dengan

permasalahan yang saat ini Bank Sampah alami yaitu pemasaran produk kerajinan bank sampah baik secara *offline* dan *online*. Tahap kedua yaitu pelaksanaan kegiatan sosialisasi pemasaran online.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Persiapan

Sebelum memilih BSBB sebagai mitra pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat, terlebih dulu tim pengabdian melakukan observasi lokasi melakukan wawancara terkait kondisi yang sedang dihadapi oleh pengelola. Dari hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa pengelola Bank Sampah memiliki kendala dalam pemasaran produk baik secara *online* maupun *offline*, seperti yang telah dipaparkan sebelumnya.

permasalahan semakin diperparah dengan adanya wabah penyakit pandemik Covid 19 yang terjadi sejak tahun 2019, sejak saat itu, sebagian pengurus Bank Sampah mulai fokus pada kehidupan masing-masing.

Oleh karena itu, untuk mengoptimalkan kembali kinerja pengurus maka salah satu upaya yang bisa dilakukan yaitu dengan melakukan sosialisasi atau edukasi terkait pemanfaatan *platform* pemasaran online kepada mitra agar mitra memiliki wawasan dan mempersiapkan diri menghadapi kondisi pandemik saat ini. Selain kendala di luar, hasil asesmen BSBB bahwa semangat anggota yang sudah menurun dalam pengelolaan bank sampah, yaitu terlihat pada unit kerajinan tangan yang masih minim memproduksi produk-produk untuk dipasarkan. Sehingga dirasa sangat penting unit kerajinan tangan ini digerakan sesuai tupoksinya yaitu membuat produk-produk kerajinan tangan kreatif dari limbah/sampah yang diperoleh dari tabungan warga.

Kordinasi juga dilakukan saat menentukan lokasi kegiatan, apakah dilakukan secara virtual atau tatap muka di aula desa, ketua BSBB menyarankan untuk melakukan kegiatan secara tatap muka karena sebagian masyarakat masih terkategori berekonomi rendah serta belum sepenuhnya menguasai teknologi.

Berdasarkan kesepakatan tersebut, maka kegiatan pengabdian dilakukan secara offline dengan pertimbangan bahwa sebagian besar pengurus BSBB belum familiar dengan teknologi.

Pelaksanaan

Pada tahap persiapan telah dipaparkan pemetaan kegiatan. Dipilihnya kegiatan tatap muka di lokasi memiliki keunggulan dibandingkan tatap muka secara virtual, namun saat mendekati hari pelaksanaan kegiatan, pemerintah mengumumkan kondisi darurat Pandemi dan diberlakukan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) terutama di zona merah yaitu salah satunya di Kabupaten Bogor. Hasil diskusi dengan berbagai pihak, baik dari pemerintah Desa Pasarean maupun dengan Dekan Fisip menyarankan untuk kegiatan dilaksanakan secara online atau menunda pelaksanaan jika pelaksanaan sosialisasi secara daring juga tidak memungkinkan. Berdasarkan keputusan Bersama akhirnya kegiatan sosialisasi pemasaran online diundur hingga kondisi Pandemi yang membaik.

Selama lebih satu bulan sudah berjalan pemberlakuan PPKM, akhirnya pemerintah sudah mengendorkan PPKM dengan system level 1-4. Saat itu di kab. Bogor masuk PPKM level 2-3 yang sudah membolehkan aktivitas dengan

mengikuti protokol kesehatan. Sehingga pada hari Minggu, 12 September 2021 terlaksana kegiatan edukasi atau sosialisasi tentang pemasaran online pada unit kerajinan tangan BSSB secara *offline*. Adapun rangkaian kegiatan pelaksanaan meliputi pembukaan yaitu sambutan dari Kepala Desa Pasarean yang diwakili oleh Sekertaris Desa, selanjutnya perkenalan dengan anggota BSBB yang berada di Desa Pasarean yang berasosiasi dengan PKK Desa Pasarean Pokja Lingkungan dan anggota Karang taruna Pasarean.

Kegiatan selanjutnya adalah edukasi pemanfaatan digital platform untuk kegiatan pemasaran produk kerajinan tangan BSSB. Pemateri menyampaikan terkait pentingnya bekerjasama lintas generasi agar bisa mencapai tujuan bersama. Dimana dalam rangka menjalankan atau memanfaatkan platform digital pemasaran diperlukan para pemuda yang terbiasa memanfaatkan platform pemasaran digital seperti media sosial maupun *e-commerce*. Sedangkan para anggota BSSB yang kebanyakan terdiri dari ibu-ibu yang tidak familiar menggunakan *platform* digital difokuskan hanya pada aktivitas produksi produk kerajinan tangan.



Gambar 1. Edukasi Pemasaran online produk kerajinan tangan BSSB.

Adapun contoh materi edukasi pada pelaksanaan tersebut, dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 2. Materi Pendampingan & Pemanfaatan Digital Platform

Seperti terlihat pada gambar 2. untuk mengoptimalkan pemasaran *online* bagi BSBB Langkah awal yang harus dilakukan oleh pengurus ataupun anggota secara aktif mencari data tentang produk yang sedang dikembangkan dnegan cara melakukan wawancara, observasi melalui media sosial sehingga mendapatkan banyak informasi.

Proaktif sangat penting untuk dilakukan, agar pengurus dan anggota BSBB dapat berinovasi terkait dengan produk sehingga dapat meningkatkan penjualan.

Materi lainnya adalah tentang upaya untuk melakukan proses manajemen startegis atau biasa disebut analisis SWOT. Tujuannya adalah agar pengurus mampu mengetahui keadaan organisasi sehingga dapat bertahan jangka Panjang. Dari hasil analisis SWOT yang dilakukan pada saat kegiatan berlangsung, diketahui sebagai berikut:

1. Identifikasi kekuatan atau *strength*, identifikasi ini dilakukan dengan melihat faktor internal lembaga. Sejauh ini, ditemukan bahwa BSBB Srikandi Berdikari memiliki kekuatan pemanfaatan media sosial dalam pemasaran produk dinilai merupakan salah satu

kekuatan yang saat ini dimiliki oleh BSBB, sedangkan kekuatan lainnya adalah beberapa anggota BSBB masih remaja yang tentunya aktif di media sosial sehingga bisa menjadi cara untuk menjalankan pemasaran online lebih intensif.

2. Kelemahan atau *weakness* adalah :

- Belum intensifnya dilakukan pemasaran *online*
- Kurangnya permodalan dari unit-unit usaha disebabkan karena Bank Sampah Srikandi Berdikari selama ini bergantung dari hasil penjualan sampah dan tidak pernah mendapatkan bantuan dari pihak-pihak lain untuk permodalan.
- Kurangnya kemampuan promosi
- Selama ini pengurus Bank Sampah mengalami kesulitan mencari tenaga kerja yang mau bekerja di unit-unit bank sampah dikarenakan kurangnya modal oprasional untuk bisa membayar upah tenaga kerja dan juga kurangnya tenaga ahli untuk unit kerajinan. Pengurus masih bekerja secara sukarela dan belum mendapatkan upah yang memadai.
- Kekompakan dan semangat pengurus dan anggota perlu ditingkatkan lagi
- Harga jual sampah tidak stabil atau sulitnya

menjual sampah dengan harga yang cocok, dikarenakan pengepul seenaknya menentukan harga dan kami tidak punya kepastian pasar, dan untuk unit kerajinan sulit menjual hasil kerajinan daur ulang sampah baik itu melalui cara tradisional maupun secara online. Harga dari setiap produk daur ulang juga tidak memiliki kepastian harga, karena kurangnya informasi harga kerajinan daur ulang sampah sehingga sulit menentukan standar harga yang sebenarnya. konsumen tidak begitu banyak yang tertarik dengan hasil daur ulang sampah.

- Kurangnya kesadaran masyarakat, keberhasilan suatu Bank sampah ditentukan dari kesadaran Masyarakat atau Nasabah dalam memilah sampahnya di rumah tangganya. Menyadarkan masyarakat bukan lah perkara gampang perlu terus menerus dibangun kesadarannya dengan proses sosialisasi ataupun strategi-strategi lain. Penurunan kesadaran ini juga kemungkinan disebabkan munculnya pandemi Covid-19 yang sangat berbahaya. Hal ini menimbulkan keenganan masyarakat untuk memilah sampah dan lebih memilih membuang sampahnya sekaligus tanpa ada proses pemilahan. Katakutan

akan pembeda Covid-19 ini juga mengurangi aktivitas masyarakat keluar rumah dan lebih memilih membuang sampahnya pada truk-truk pengangkut yang menjemputnya ke rumah masing-masing.

- Kurangnya Fasilitas oprasional kegiatan baik di unit penjualan maupun unit Kerajinan menjadi kendala besar bagi pengembangan kedua unit ini karena itu sulit bagi Bank Sampah untuk mencapai omset yang bisa menutupi biaya oprasional sehingga sulit untuk melakukan pencapaian yang maksimal.
3. Peluang (*opportunity*)
 - Banyaknya dukungan dari berbagai pihak
 - Masyarakat semakin kreatif
 - Terbukanya lapangan pekerjaan
 - Meningkatkan pendapatan masyarakat
 4. Ancaman (*threat*)
 - Banyaknya jenis usaha sejenis atau Banyaknya pembeli rongsokan keliling dan pengepul yang berdiri berdekatan dengan Bank Sampah Srikandi Berdikari menjadi kendala bagi nasabah untuk tidak lagi menabung di Bank Sampah karena adanya pembeli keliling maupun pengepul yang berada di wilayah yang sama dengan Bank Sampah.



Gambar 3. Materi Pendampingan & Pemanfaatan Digital Platform

Dari hasil analisis SWOT yang dilakukan oleh tim PKM UPNVJ dan pengurus BSBB merumuskan beberapa strategi untuk keberlanjutan BSBB. Adapun strategi tersebut adalah:

1. Kombinasi kekuatan dan peluang dengan cara meningkatkan pemanfaatan teknologi yaitu media sosial sehingga dapat memasarkan produk lebih cepat dan menjangkau target pasar yang luas. Selain itu, mendorong pengurus remaja untuk terus aktif bermedia sosial.
2. Kombinasi kelemahan dan peluang adalah dengan meningkatkan kemampuan promosi melalui cara mengajarkan para remaja tentang bagaimana menulis pesan yang menarik atau pesan persuasif, mengajarkan Teknik pengambilan gambar yang baik dan teknik-teknik lainnya.
3. Kombinasi kekuatan dan ancaman dengan cara terus berkomitmen untuk meningkatkan nilai produk agar dapat bersaing dengan kompetitor lainnya. Selain itu bekerja sama dnegan berbagai

pihak untuk membuat regulasi-regulasi yang saling menguntungkan berbagai pihak.

4. Kombinasi kelemahan dan ancaman yaitu dengan membuat kegiatan serta menyusun nilai pertukaran sampah yang baik sehingga dapat meningkatkan kesadaran masyarakat.



Gambar 4. Materi Pendampingan & Pemanfaatan Digital Platform



Gambar 5. Materi Pendampingan & Pemanfaatan Digital Platform



Gambar 6. Materi Pendampingan & Pemanfaatan Digital Platform



Gambar 2. Edukasi Pemasaran online produk kerajinan tangan BSSB

Inti dari materi pada pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada Bank Sampah Srikandi Berdikari adalah mendorong pengurus untuk konsisten memanfaatkan teknologi sebagai media promosi.

Belajar dari pengalaman usaha kecil lainnya, seperti UMKM Kepiting Nyinyir melalui pemasaran digital mereka dapat bersaing ditengah banyaknya bisnis serupa yang melalui pemanfaatan media sosial mereka (Krisnawati, 2018). Contoh lain juga, seperti program pemasaran sosial atau media sosial yang dilakukan oleh Bank Sampah Prabumulih, program ini dianggap berhasil mengajak masyarakat untuk menabung sampah (Kurniawan, 2018.)

KESIMPULAN

Harapan selanjutnya Keberadaan Bank Sampah di Desa Pasarean merupakan poin penting untuk menjadikan desa Pasarean sebagai desa yang pengelolaannya sudah lebih baik dan semoga menjadi Contoh bagi desa atau kecamatan lain untuk membentuk Bank Sampah. Kedepannya Bank Sampah lebih di perhatikan lagi oleh pemerintah dan menjadi magnet bagi investor yang mau menginstansikan dananya untuk mengembangkan usaha-usaha yang berbasis pengelolaan lingkungan yang lebih baik. Selanjutnya Bank sampah juga diharapkan menjadi sarana pusat penelitian bagi pengembangan ilmu pengetahuan yang berbasis lingkungan, maupun pengembangan industry kreatif bagi kususnya masyarat Desa Pasarean atau bagi seluruh rakyat Indonesia.

Keberadaan Bank Sampah sendiri semoga menjadi solusi bagi pengelolaan sampah di Indonesia yang selalu menjadi persoalan pemerintah yang sulit untuk diselesaikan. Persoalan Sampah ini juga merupakan persolan Dunia yang selalu menjadi perhatian seluruh negeri di belahan dunia manapun. Keberadaan Bank Sampah ini juga selain memberikan tambahan pendapatan masyarakat dalam meningkatkan kesejahteraan hidupnya, juga mengajarkan masyarakat untuk berperan serta peduli akan lingkungan sekitarnya, peduli alam dan peduli akan keberlangsungan hidupnya dengan tidak mengotori tanah, air dan udara.

Terlepas dari kendala-kendala yang bank sampah Srikandi Berdikari hadapi, kenyataannya Bank Sampah Srikandi Berdikari masih eksis dimata masyarakat sebagai Lembaga Usaha berbasis Lingkungan, tidak pernah menyerah meskipun diserang pandemi Covid-19 yang meresahkan dunia.

Sampah akan selalu ada selama manusia hidup, maka perlu pengelolaan yang lebih baik dengan dukungan dari semua pihak.

DAFTAR PUSTAKA

- Com, B. (n.d.). Topang UMKM: Bank Sampah Potensial Dikembangkan. 2017. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20170830/12/685687/topang-umkm-bank-sampah-potensial-dikembangkan>
- Indika, D. R., & Soleh, C. M. P. (2017). Implementasi Co Creation dalam Pengembangan Produk pada Ritel Butik. 2, 6.
- Kontan, com. (n.d.). Kemkop UKM : Bisnis bank sampah capai Rp 18 miliar. 2018. <https://lifestyle.kontan.co.id/news/kemkop-ukm-bisnis-bank-sampah-capai-rp-18-miliar>
- Krisnawati, D. (2018). Peran Perkembangan Teknologi Digital Pada Strategi Pemasaran dan Jalur Distribusi Umkm Di Indonesia. Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana, 6(1). <https://doi.org/10.35137/Jmbk.V6i1.175>