

Meningkatkan Penjualan Produk Bank Sampah Melalui Market Place

Endah Finatariani, Setianingsih, Ita Darsita

Dosen Program Studi Sarjana Akuntansi Universitas Pamulang

Email : dosen01488@unpam.ac.id, dosen02325@unpam.ac.id, dosen02235@unpam.ac.id

ABSTRAK

Pengabdian kepada masyarakat dengan judul “Meningkatkan Penjualan Produk Bank Sampah Melalui Market Place” bertujuan untuk membantu memberi pengetahuan mengenai pemanfaatan social media dan marketplace untuk meningkatkan penjualan produk-produk dari Bank Sampah Asri Berseri. PKM melibatkan para pengajar dan narasumber Dosen-dosen Program Studi S1 Akuntansi dari Universitas Pamulang. Hasil pelaksanaan PKM yang dilakukan adalah menambah ilmu dan pengetahuan mengenai pemanfaatan sosial media dan marketplace. Respon para peserta sangat baik dan senang karena sangat terbantu dalam pemanfaatan sosial media dan marketplace yang disampaikan. Kegiatan PKM ini kedepannya agar dilakukan secara berkesinambungan sehingga, para peserta senantiasa mendapatkan bimbingan dalam pemanfaatan sosial media dan marketplace, karena hal tersebut dapat memberikan nilai ekonomis tinggi, sehingga mampu meningkatkan pendapatan.

Kata Kunci: *Marketplace, Bank Sampah*

PENDAHULUAN

Sampah adalah barang atau benda yang dibuang karena tidak digunakan lagi atau sesuatu yang sudah dianggap tidak berharga atau berguna lagi. Menurut World Health Organization (WHO), sampah adalah sesuatu yang tidak digunakan, tidak dipakai, tidak disenangi atau sesuatu yang dibuang yang berasal dari kegiatan manusia dan tidak terjadi dengan sendirinya.

Sampah pada dasarnya merupakan suatu bahan yang terbuang atau dibuang hasil aktifitas manusia maupun proses alam. Penanganan dan pengelolaan sampah akan semakin kompleks dan rumit dengan semakin kompleksnya jenis maupun komposisi sampah. Undang-undang Nomor 18 tahun 2008 tentang Pengelolaan Sampah sudah diberlakukan. Setiap rumah tangga sebagai penghasil sampah tidak bisa lagi mengabaikan urusan sampahnya dengan

alasan sudah membayar iuran kebersihan. Pengelolaan sampah tidak bisa diselesaikan hanya oleh pemerintah dengan mengumpulkan, mengangkut dan membuang sampah ke TPA saja, tetapi harus dilakukan secara terencana dan terpadu agar Prinsip-prinsip Pengelolaan Sampah memberikan manfaat secara ekonomi, sehat bagi masyarakat dan aman bagi lingkungan, serta dapat mengubah perilaku masyarakat. Selama ini sebagian besar masyarakat masih memandang sampah sebagai barang sisa yang tidak berguna, bukan sebagai sumberdaya yang perlu dimanfaatkan.

Bank sampah muncul sebagai inisiatif masyarakat lokal dalam upaya partisipasi menangani permasalahan yang selama ini ada. Dengan strategi pengolahan sampah 3R (Reduce, Reuse dan Recycle) berbasis masyarakat tersebut mampu mengubah imajinasi sebagian banyak orang

terhadap sampah yang tidak memiliki nilai ekonomi. Di Indonesia, praktik bank sampah berkembang di Kabupaten Bantul di Jogjakarta yang dipelopori oleh Bambang Suwerda merupakan cerita sukses orang Indonesia memilah sampah.

Bank sampah merupakan kegiatan bersifat social engineering yang mengajarkan masyarakat untuk memilah sampah serta menumbuhkan kesadaran masyarakat dalam pengelolaan sampah secara bijak dan pada gilirannya akan mengurangi sampah yang diangkut ke TPA (Tempat Pembuangan Akhir). Pembangunan bank sampah merupakan momentum awal membina kesadaran kolektif masyarakat untuk memulai memilah, mendaur ulang, dan memanfaatkan sampah karena sampah mempunyai nilai jual yang cukup baik, sehingga pengelolaan sampah yang berwawasan lingkungan menjadi budaya baru Indonesia

Masyarakat memiliki peranan penting dalam pengelolaan sampah rumah tangga, karena pada hakikatnya sampah dihasilkan oleh masyarakat itu sendiri. Salah satu yang dapat dilakukan masyarakat untuk berperan serta mengelola sampah dan melestarikan lingkungan, adalah meninggalkan pola lama dalam mengelola sampah domestik (rumah tangga) seperti membuang sampah di sungai dan pembakaran sampah, dengan menerapkan prinsip 4R yakni, reduce (mengurangi), reuse (menggunakan kembali), recycle (daur ulang) dan replace (mengganti) serta melakukan pemisahan sampah organik dan sampah anorganik. Prinsip-prinsip Pengelolaan Sampah reduce (mengurangi) mempunyai arti bahwa masyarakat bisa berusaha lebih sedikit dalam memproduksi sampah, setiap berbelanja membawa plastik sendiri dari rumah, sehingga mengurangi penggunaan plastik. Sedangkan reuse (menggunakan kembali suatu produk untuk tujuan yang sama), yaitu memanfaatkan wadah-wadah bekas yang dapat dipakai seperti gallon, botol-botol bekas atau

kaleng-kaleng bekas, dan recycle (daur ulang) untuk menerapkan prinsip mendaur ulang, diantaranya bisa dengan membuat kompos dari sampah organik, pot-pot dari barang bekas plastik-plastik, ataupun kreatifitas yang lain sehingga sampah-sampah bisa didaur ulang dan bisa dimanfaatkan kembali. Sementara replace (mengganti) mempunyai arti mengganti bahanbahan yang tidak ramah lingkungan dengan bahan yang lebih ramah lingkungan. Misalnya, tas kresek diganti dengan keranjang dan jangan penggunaan styrofoam karena kedua bahan (tas kresek dan styrofoam) tidak terdegradasi secara alami

Kreativitas pemanfaatan sampah plastik menjadi kerajinan tangan adalah solusi yang cukup baik untuk mengubah sampah plastik menjadi menjadi barang yang berguna kembali, bahkan memiliki nilai jual serta dapat dikreasikan menjadi barang yang mempunyai nilai estetika. Kreativitas dalam diri seseorang dapat ditumbuhkan melalui banyak cara, salah satunya yaitu dengan membuat kerajinan tangan. Sampah plastik dapat dibuat kerajinan tangan seperti tas belanja, hiasan kamar, dompet, lampu hias, tempat pensil, keranjang, dan lain lain.

Penjualan online adalah suatu aktifitas jual beli yang dilakukan secara online, dalam hal ini pembeli dan penjual tidak melakukan transaksi langsung secara tatap muka. Dengan demikian transaksi yang dilakukan menggunakan sebuah media atau alat sebagai penghubung antara penjual yang menawarkan produknya kepada calon pembeli dan pembeli mendapatkan penawaran produk secara online. Tentu media yang digunakan dapat berupa website maupun aplikasi yang di akses melalui perangkat elektronik yang terhubung dengan internet.

Merebaknya internet merupakan dampak dari berkembangnya infrastruktur teknologi informasi. Dari perkembangan tersebut maka muncullah paradigma baru dalam melakukan proses bisnis yaitu dengan

menggunakan internet dan infrastruktur teknologi informasi. Proses bisnis yang dilakukan melalui media teknologi informasi dan internet tersebut dikenal dengan sebutan e-commerce. E-commerce merupakan singkatan dari Electronic Commerce yang berarti sistem transaksi dengan menggunakan media elektronik. Rintho (2018:18) menyatakan bahwa, “E-commerce dapat didefinisikan sebagai arena terjadinya transaksi atau pertukaran informasi antara penjual dan pembeli di dunia maya”. E-commerce merupakan kegiatan melakukan transaksi bisnis secara online melalui media internet dan perangkat-perangkat yang terintegrasi dengan internet. Menurut Jonathan (2013:105), e-service quality didefinisikan sebagai perluasan dari kemampuan suatu situs untuk memfasilitasi kegiatan belanja, pembelian, dan distribusi secara efektif dan efisien. E-commerce adalah dampak dari adanya perubahan perilaku belanja masyarakat yang dimanfaatkan untuk menjadi sebuah peluang bisnis. Indonesia merupakan negara yang cepat menerima adanya perubahan, oleh karena itu banyak sekali bermunculan e-commerce baik yang berasal dari luar negeri maupun e-commerce yang berasal dari Indonesia. E-commerce merupakan bisnis yang menggunakan ruang virtual sebagai tempat melakukan operasionalnya. Beberapa perusahaan e-commerce tersebut ada yang menyediakan ruang untuk para pelaku usaha lain agar dapat menampilkan produknya di website e-commerce tersebut. Hal tersebut menimbulkan terciptanya suatu pasar elektronik yang kita kenal dengan sebutan marketplace. Marketplace merupakan solusi yang tercipta dari pesatnya perkembangan teknologi informasi dan internet yang menggempur industri perdagangan. Dalam marketplace tersebut setiap pelaku usaha dapat menampilkan produknya untuk diperjualkan tanpa perlu repot membangun sistem. Adanya marketplace tersebut sangat menguntungkan para pelaku usaha, terutama usaha kecil dan menengah. Marketplace

mempermudah pelaku usaha kecil dan menengah tersebut dalam melakukan operasional. Dengan adanya pasar virtual tersebut maka para pelaku usaha hanya perlu memberikan informasi selengkap - lengkapnya tentang produk yang mereka jual di marketplace seperti informasi produk, harga, pengiriman dan lain – lainnya.

RUMUSAN MASALAH

Adapun rumusan masalah dari PKM ini adalah:

1. Apakah dengan bergabung di Marketplace dapat meningkatkan Penjualan produk bank sampah?
2. Apakah edukasi pemanfaatan Marketplace sudah diberikan kepada anggota bank sampah?
3. Apakah edukasi mengenai Marketplace yang secara tidak langsung dapat meningkatkan penjualan sudah diberikan?

TUJUAN KEGIATAN

Adapun tujuan dari PKM ini adalah:

1. Membantu masyarakat untuk bergabung dengan Marketplace.
2. Membantu memberikan edukasi Marketplace kepada masyarakat.
3. Membantu memberikan edukasi mengenai Marketplace yang secara tidak langsung dapat meningkatkan pendapatan.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Sampah

Pengertian Sampah menurut WHO (World Health Organization), sampah merupakan suatu materi yang tidak digunakan, tidak terpakai, tidak disenangi, atau sesuatu yang dibuang yang berasal dari kegiatan manusia. Menurut undang-undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2008 sampah adalah sisa kegiatan sehari-hari manusia dan/atau proses alam yang berbentuk padat.

Pengertian Bank sampah

Bank Sampah adalah suatu tempat yang digunakan untuk mengumpulkan sampah yang sudah dipilah-pilah. Hasil dari pengumpulan sampah sudah dipilah akan disetorkan ke tempat pembuatan kerajinan sampah atau ke tempat pengepul sampah. Bank sampah dikelola menggunakan sistem seperti perbankan. Penyetor adalah warga yang tinggal di sekitar lokasi bank sampah serta mendapat buku tabungan seperti menabung di bank.

Pengertian E-commerce

Pengertian e-commerce Menurut Kotler & Armstrong (2012) E-commerce adalah saluran online yang dapat dijangkau seseorang melalui komputer, yang digunakan oleh pebisnis dalam melakukan aktifitas bisnisnya dan digunakan konsumen untuk mendapatkan informasi dengan menggunakan bantuan komputer yang dalam prosesnya diawali dengan memberi jasa informasi pada konsumen dalam penentuan pilihan. Menurut Wong (2010) e-commerce adalah proses jual beli dan memasarkan barang serta jasa melalui sistem elektronik, seperti radio, televisi dan jaringan komputer atau internet. Maka dapat disimpulkan bahwa e-commerce merupakan kumpulan dinamis antara teknologi, aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan dan konsumen serta komunitas tertentu dimana pertukaran barang antara pengecer dan konsumen dari berbagai komoditi dalam skala luas dan suatu transaksi elektronik, dan dalam proses pengiriman barang dari pengecer menggunakan transportasi dari suatu wilayah ke wilayah lain hingga sampai ke tangan konsumen dan hubungan yang terjadi adalah hubungan yang saling menguntungkan kedua belah pihak.

Jenis-jenis e-commerce

Berikut ini terdapat empat jenis e-commerce berdasarkan karakteristiknya menurut Kotler (2012) :

1. Business to business (B2B)
 - a. Mitra bisnis yang sudah saling mengenal dan sudah menjalin hubungan bisnis yang lama.
 - b. Pertukaran data yang sudah berlangsung berulang dan telah disepakati bersama.
 - c. Model yang umum digunakan adalah peer to peer, dimana processing intelligence dapat didistribusi oleh kedua pelaku bisnis.
2. Business to consumer (B2C)
 - a. Terbuka untuk umum dimana informasi dapat disebarkan untuk umum juga.
 - b. Servis yang digunakan juga untuk umum sehingga dapat digunakan oleh banyak orang.
 - c. Servis yang digunakan berdasarkan permintaan, sehingga produsen harus mampu merespon dengan baik permintaan konsumen.
 - d. Sistem pendekatan adalah client-server.
3. Consumer to Consumer (C2C)

Yaitu, model bisnis dimana website yang bersangkutan tidak hanya membantu mempromosikan barang dagangan saja, melainkan juga memberikan fasilitas transaksi uang secara online. Dalam hal ini terdapat 2 (dua) indikator utama bagi sebuah website marketplace seluruh transaksi online harus difasilitasi oleh website yang bersangkutan dan bisa digunakan oleh penjual individual. Dimana kegiatan yang berlangsung harus menggunakan fasilitas transaksi online seperti rekening pihak ketiga untuk menjamin keamanan transaksi. Penjual hanya akan menerima uang pembayaran setelah barang diterima oleh pembeli. Selama barang tersebut belum diterima oleh pembeli, maka penjual tidak dapat mencairkan hasil penjualan dan jika produk gagal sampai

ketangan pembeli maka uang yang telah dibayarkan akan dikembalikan ke pembeli.

4. Consumer to Business (C2B)
Berkebalikan dengan business to consumer (B2C), pada consumer to business, konsumen (individu) bertindak sebagai pencipta nilai dimana perusahaan yang akan menjadi konsumen yang dilakukan secara elektronik

METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilakukan dengan menggunakan metode ceramah, tutorial dan diskusi. Adapun sistematika pelaksanaan kegiatan pengabdian adalah sebagai berikut:

- a. Metode Ceramah
Peserta akan diberikan pemahaman mengenai pemanfaatan social media sebagai sarana untuk pemasaran dan membuat akun penjualan pada marketplace
- b. Metode Tutorial
Peserta diberikan beberapa contoh mengenai pembuatan social media dan marketplace
- c. Metode Diskusi
Sesi terakhir pemanfaatan social media dan marketplace yaitu diberikan alokasi waktu untuk sharing dan diskusi terkait kondisi dan kendala yang sering dialami oleh peserta.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pelaksanaan PKM yang telah dilakukan dengan Yayasan Al Kamilah menunjukkan bahwa:

1. Kegiatan yang dilaksanakan untuk bank sampah Asri Berseri adalah kegiatan untuk memberikan sumbangan positif kepada masyarakat dalam rangka membantu memberikan edukasi pemanfaatan E-commerce kepada

masyarakat agar dapat menambah penghasilan

2. Dosen sebagai pemateri juga memberikan pengetahuan mengenai tata cara pembuatan akun Tokopedia yang dapat digunakan untuk membuat usaha secara online

3. Sosialisasi dalam pemanfaatan E-commerce

Mengadakan pelatihan pembuat akun seller untuk anggota bank sampah yang berguna untuk membuka usaha online. Karena banyak dari para santi di anggota bank sampah merasa tertarik dengan usaha online ditunjukkan dengan antusiasnya mereka dalam bertanya seputar usaha online kepada para pemateri.



Penyampaian Materi pemanfaatan social media dan marketplace



Penyampaian Materi pemanfaatan social media dan marketplace



Foto Bersama anggota Bank Sampah Asri Berseri

DAFTAR PUSTAKA

Alma, Buchari. 2011.

Astuti, W., Pasaribu, V. L. D., Oktrima, B., Saputra, H., & Rusilowati, U. (2021). Upaya Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia Melalui Peningkatan Kompetensi. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 3(1), 22-29.

Elburdah, R. P., Pasaribu, V. L. D., Rahayu, S., Septiani, F., & Metarini, R. R. A. (2021). Momprenneur penopang perekonomian keluarga di masa pandemi Covid-19 dengan bisnis online pada Kelurahan Pondok Benda. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 75-82.

Pasaribu, V. L. D., Elburdah, R. P., Sudarso, E., & Fauziah, G. (2020). Penggunaan Manajemen Waktu Terhadap Peningkatan Prestasi Belajar Di Smp Araisiyah. *Jurnal ABDIMAS Tri Dharma Manajemen*, 1(1), 84.

Pasaribu, V. L. D., Syafei, A. N., Farhan, A., Afaizah, A., Irani, C., & Firtiayani, S. R. (2021). Pengaruh Displin Protokol Kesehatan Terhadap Pencegahan Penularan Virus Covid-19. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 2(2), 91-98.

Pasaribu, V. L. D., Susanti, F., & Hartuti, E. T. K. (2019). Memotivasi Siswa dan Siswi SMK Letris Indonesia di Dalam Menentukan Pilihan Untuk Melanjutkan Pendidikan Atau Bekerja Setelah Lulus Sekolah. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 1(2), 161-172.

Pasaribu, V. L. D., & Agrasadya, N. S. Krisnaldy. (2020). Meningkatkan Produktivitas Usaha Dimasa Pandemi Pada Ibu PKK RT 004/003 Kelurahan Sawah Baru Ciputat, Tangerang Selatan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 177-180.

Pasaribu, V. L. D., Dwiyatni, A., Sabina, C., Ridwan, M., Gunawan, D. D., & Noviani, B. C. (2021). Evaluasi Penerapan 3M Dimasa Pandemic Covid 19. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 2(2), 54-60.

Pasaribu, V. L. D., Agrasadya, A., Shabrina, N., & Krisnaldy, K. (2020). Menjadi Enterpreneur Muda Yang Memiliki Jiwa Leadership Untuk Menghadapi Masa Depan. *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 1-9.

Pasaribu, V. L. D., & Agrasadya, N. S. Krisnaldy. (2020). Menjadi Enterpreneur Muda Yang Memiliki Jiwa Leadership Untuk Menghadapi Masa Depan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 177-180.

Pasaribu, V. L., Yuniati, H. L., Pratana, R., Sembayu, R., Purba, S. M., & Nurbayani, T. T. (2021). Manajemen Keuangan untuk Menghadapi dan Bertahan di Era Covid-19. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 2(2), 12-18.

- Pasaribu, V. L. D., & Setyowati, R. (2021). Adaptasi Kehidupan New Normal pada Masa Pandemi Covid-19 di Yayasan Pondok Pesantren dan Panti Asuhan Nurul Ikhsan Kecamatan Setu, Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Lokabmas Kreatif: Loyalitas Kreativitas Abdi Masyarakat Kreatif*, 2(2), 82-88.
- Pasaribu, V. L. D., Oktrima, B., Prabowo, B., Arianto, N., & Haryoko, U. B. (2020). Progam Pendampingan Dan Penyelenggaraan Pendidikan Anak Pada Usia Dini Terhadap Prestasi Belajar Dilingkungan Rt 020 Rw 009. Kel Giri Peni. Kec Wates. Yogyakarta. *Jurnal LOKABMAS Kreatif*, 1(01).
- Pasaribu, V. L. D., Satria, P., Sari, R. P., Valencya, I., & Setyowati, R. Nursahidin. Adaptasi Kehidupan New Normal Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Yayasan Pondok Pesantren Dan Panti Asuhan Nurul Ikhsan Kecamatan Setu, Kota Tangerang Selatan. *Jurnal LOKABMAS Kreatif*, 2(02), 89-97.
- Pasaribu, V. L. D., Sulaiman, S., Sutiman, S., Thaharudin, T., & Purnomo, B. Y. (2020). Pengenalan Letak Posyandu Terdekat Dikelurahan Pisangan Dengan Manajemen Pemasaran Revolusi 4.0 Untuk Meningkatkan Pengetahuan Masyarakat Letak Dan Fungsi Posyandu Terdekat Pada Kelurahan Pisangan. *Dedikasi Pkm*, 1(1), 105-110.
- Pasaribu, V. D., Qomah, F. I., Sajida, S. R., Putri, D. O., Hidayat, M. K., & Senoaji, R. DARING ATAU KEGIATAN TATAP MUKA EFESIENSI MANA.
- Pasaribu, V. L. D., & Agrasadya, N. S. Krisnaldy. (2020). Meningkatkan Produktivitas Usaha Dimasa Pandemi Pada Ibu PKK RT 004/003 Kelurahan Sawah Baru Ciputat, Tangerang Selatan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 177-180.
- ManajemenPemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta. 2
- Assuari, Sofjan. 2011. ManajemenPemasaran. Jakarta: Raja GrafindoPersada.
- Hermawan, Kartajaya. 2002. Mark Plus on Strategy. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- McDougall F, White P, Franke M and Hindle P. 2001. *Integrated Solid wase Management: Life Cycle Inventory Second Edition. Blackwell Publishing Company. Malden USA.*
- Peraturan Menteri Negara Lingkungan Hidup Nomor 13 Tahun 2012 Tentang Pedoman Pelaksanaan *Reduce, Reuse dan Recycle.*
- Peraturan Pemerintah Nomor 81 Tahun 2012 tentang Pengelolaan Sampah Rumah Tangga dan Sampah Sejenis Sampah Rumah Tangga.
- Prastiyanto, Alfian Dimas. 2017. "Partisipasi Masyarakat Dalam Pengelolaan Bank Sampah Gemah Ripah Di Dusun Badegan Desa Bantul Kecamatan Bantul Yogyakarta". Skripsi, Yogyakarta: Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Yogyakarta.
- Scheinberg A. 2010. *The Need for the Private Sector in a Zero Waste, 3-R, and Circular Economy Materials Management Strategy.* Discussion paper for the CSD 18/19 Intercessional, 16-18 February 2010. Tokyo, Japan.
- Tchobanoglous G, Kreith F, Williams ME. 2002. *Chapter 1 Introduction. In G. Tchobanoglous & F. Kreith, Handbook of Solid Waste Management Second Edition. (pp. 1.1-1.27).*

<https://dataindonesia.id/digital/detail/daftar-ecommerce-dengan-pengunjung-terbanyak-per-kuartal-i2022>

<https://news.bsi.ac.id/2021/09/13/marketplace-sebagai-solusi-meningkatkan-penjualan/>

<https://kapilerindonesia.com/detailpanti/detail/140>

<https://seller.tokopedia.com/edu/cara-buka-toko/>