

# Peningkatan Pendapatan Warga Melalui Strategi Pemasaran Kreatif Produk Bank Sampah di Kelurahan Bedahan, Depok

Ade Yusuf<sup>1</sup>, Kiki Dwi Wijayanti<sup>2</sup>, Aan Purnama<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Pamulang

E-mail: [dosen02604@unpam.ac.id](mailto:dosen02604@unpam.ac.id)<sup>1</sup>, [dosen02247unpam.ac.id](mailto:dosen02247unpam.ac.id)<sup>2</sup>, [dosen02503@unpam.ac.id](mailto:dosen02503@unpam.ac.id)<sup>3</sup>

Diterima 15/Oktobre/2024 | Direvisi 28/November/2024 | Disetujui 15/Desember/2024

## Abstract

*This community service activity aims to increase the income of residents of Bedahan Village, Depok, by optimizing the management of waste banks with creative marketing strategies. The waste bank in Bedahan Village functions as an institution that manages household waste, turning it into products of economic value, such as handicrafts and compost. Although it has been operating, the potential for increasing income from the waste bank is still not optimal due to the lack of knowledge of residents regarding product marketing. Through this program, residents are given training and assistance in developing creative marketing strategies, such as the use of social media, attractive product packaging, and the use of e-commerce to expand market reach. The methods used in this activity include socialization, digital marketing workshops, and practical assistance in managing the waste bank business. In addition, this program also involves sales simulations and collaboration with local craftsmen communities and micro-entrepreneurs. The results of this activity show an increase in residents' understanding of effective product marketing and an increase in the sales volume of waste bank products. Residents' participation in this program also contributes to increasing awareness of the importance of environmentally-based waste management. It is hoped that with the improvement of marketing skills, Bedahan Village's waste bank products can be better known and have a positive impact on family income and environmental sustainability.*

**Keywords:** Waste Bank, Creative Marketing, Income Increase, Bedahan Subdistrict, Community Service

## Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pendapatan warga Kelurahan Bedahan, Depok, melalui optimalisasi pengelolaan bank sampah dengan strategi pemasaran kreatif. Bank sampah di Kelurahan Bedahan berfungsi sebagai lembaga yang mengelola sampah dari rumah tangga, mengubahnya menjadi produk bernilai ekonomi, seperti kerajinan tangan dan kompos. Meskipun telah beroperasi, potensi peningkatan pendapatan dari bank sampah masih belum maksimal karena minimnya pengetahuan warga terkait pemasaran produk. Melalui program ini, warga diberikan pelatihan dan pendampingan dalam mengembangkan strategi pemasaran kreatif, seperti penggunaan media sosial, pengemasan produk yang menarik, serta pemanfaatan e-commerce untuk memperluas jangkauan pasar. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini meliputi sosialisasi, workshop pemasaran digital, dan pendampingan praktis dalam pengelolaan bisnis bank sampah. Selain itu, program ini juga melibatkan simulasi penjualan dan kolaborasi dengan komunitas pengrajin lokal serta pengusaha mikro. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan peningkatan pemahaman warga tentang pemasaran produk yang efektif serta kenaikan volume penjualan produk bank sampah. Partisipasi warga dalam program ini juga berkontribusi pada peningkatan kesadaran akan pentingnya pengelolaan sampah berbasis lingkungan. Diharapkan dengan adanya peningkatan keterampilan pemasaran, produk bank sampah Kelurahan Bedahan dapat lebih dikenal secara luas dan memberikan dampak positif terhadap pendapatan keluarga serta keberlanjutan lingkungan.

**Kata Kunci:** Bank Sampah, Pemasaran Kreatif, Peningkatan Pendapatan, Kelurahan Bedahan, Pengabdian Masyarakat

## 1. PENDAHULUAN

Kelurahan Bedahan, Depok, memiliki potensi besar dalam pengelolaan sampah melalui konsep bank sampah, yang bertujuan untuk mengurangi jumlah sampah dan meningkatkan pendapatan warga. Namun, permasalahan utama yang dihadapi adalah kurangnya strategi pemasaran yang efektif untuk produk-produk hasil dari bank sampah, seperti kerajinan tangan

dari sampah daur ulang. Potensi ekonomi dari produk tersebut belum dimaksimalkan sehingga pendapatan warga tidak meningkat secara signifikan.

**Potensi:** Kelurahan Bedahan memiliki potensi besar dalam hal sumber daya manusia dan sumber daya alam. Banyak warga di wilayah ini sudah mulai terlibat dalam kegiatan pengelolaan sampah melalui bank sampah. Selain itu, wilayah ini juga memiliki banyak bahan baku daur ulang dari limbah rumah tangga dan industri yang belum dimanfaatkan secara optimal. Dengan pelatihan yang tepat, potensi ini dapat dimaksimalkan untuk menciptakan produk bernilai jual tinggi dari sampah daur ulang, seperti kerajinan tangan dan peralatan rumah tangga.

**Nilai Strategis:** Secara geografis, Bedahan berada di daerah penyangga (buffer zone) antara kota besar seperti Jakarta dan Depok. Hal ini menjadikan wilayah ini memiliki nilai strategis dalam pemasaran produk. Akses ke pasar besar, baik melalui media online maupun pameran di wilayah perkotaan, menjadi lebih mudah. Wilayah ini juga berpotensi menjadi model pengelolaan sampah berkelanjutan yang dapat ditiru oleh daerah lain.

**Kondisi Sosial dan Ekonomi:** Mayoritas warga di Kelurahan Bedahan adalah kalangan menengah ke bawah, dengan mata pencaharian yang beragam, mulai dari buruh, pedagang kecil, hingga petani. Tingkat pendidikan warga relatif bervariasi, dan kesadaran mengenai pentingnya pengelolaan sampah masih rendah di sebagian besar masyarakat. Kondisi ini menyebabkan tingkat pendapatan rata-rata warga masih rendah. Namun, bank sampah sudah mulai diterapkan di beberapa RW, meski belum optimal dalam pengelolaan produk daur ulang dan strategi pemasarannya.

**Permasalahan yang ada:** a. Rendahnya Kesadaran dan Partisipasi Warga: Meski bank sampah sudah ada, belum banyak warga yang terlibat aktif dalam pengelolaannya. Hal ini disebabkan oleh kurangnya pemahaman mengenai nilai ekonomi yang dapat dihasilkan dari sampah. b. Minimnya Keterampilan Produksi: Banyak warga belum memiliki keterampilan untuk mengolah sampah menjadi produk bernilai jual tinggi, sehingga hanya terbatas pada pengumpulan dan penjualan bahan mentah. c. Kurangnya Strategi Pemasaran: Produk-produk yang dihasilkan dari bank sampah kurang mendapatkan perhatian pasar karena strategi pemasaran yang masih tradisional. Kurangnya akses ke teknologi pemasaran digital seperti media sosial dan platform e-commerce membuat produk tidak kompetitif. d. Rendahnya Infrastruktur Pengelolaan Sampah: Beberapa wilayah di Kelurahan Bedahan masih kekurangan sarana dan prasarana yang memadai untuk pengolahan sampah secara efektif.

**Isu-Isu Teknologi, Sains, dan Rekayasa Sosial:** a. Teknologi Pengolahan Sampah: Teknologi pengolahan sampah di wilayah ini masih bersifat manual dan tradisional. Diperlukan pengenalan teknologi tepat guna seperti mesin pencacah plastik, komposter, dan alat-alat pendukung lainnya untuk mempercepat proses daur ulang dan meningkatkan kualitas produk. b. Pemanfaatan Digital Marketing: Penggunaan platform digital untuk pemasaran produk sangat minim. Dengan kemajuan teknologi, warga perlu dilatih dalam memanfaatkan media sosial dan e-commerce untuk memasarkan produk mereka secara lebih luas dan efisien. c. Rekayasa Sosial: Dibutuhkan pendekatan sosial yang intensif untuk meningkatkan kesadaran warga akan pentingnya daur ulang dan keterlibatan aktif dalam bank sampah. Program pendampingan yang melibatkan tokoh masyarakat dan kolaborasi dengan pihak swasta bisa menjadi solusi.

**Penanganan Segera yang Diperlukan:** a. Peningkatan Keterampilan Produksi: Pelatihan intensif mengenai pengolahan sampah menjadi produk kreatif perlu dilakukan agar warga memiliki kemampuan yang mumpuni dalam menghasilkan produk berkualitas. b. Penerapan Strategi Pemasaran Modern: Warga perlu diajari tentang pentingnya branding, packaging, dan penggunaan teknologi digital untuk memperluas jangkauan pemasaran. c. Fasilitasi Teknologi dan Infrastruktur: Bantuan berupa alat-alat pengolahan sampah dan peningkatan infrastruktur bank sampah diperlukan untuk meningkatkan produktivitas warga dalam mengolah sampah. d. Pendampingan Berkelanjutan: Program pengembangan kapasitas warga harus didampingi secara berkelanjutan agar perubahan perilaku dan pola pikir tentang daur ulang sampah dapat terus terjaga.

Dengan intervensi yang tepat dalam bentuk pelatihan, teknologi, dan strategi pemasaran kreatif, diharapkan warga Kelurahan Bedahan dapat memanfaatkan bank sampah secara optimal

sehingga pendapatan mereka meningkat secara signifikan, sekaligus mendukung keberlanjutan lingkungan melalui pengelolaan sampah yang lebih baik.

Bank sampah adalah sebuah sistem pengelolaan sampah yang berbasis masyarakat, di mana sampah yang dipilah oleh warga ditukarkan dengan nilai ekonomis. Konsep ini pertama kali diperkenalkan di Indonesia sebagai upaya untuk mengurangi jumlah sampah dan menciptakan manfaat ekonomi dari limbah rumah tangga. Menurut Setyorini (2018), bank sampah dapat berfungsi sebagai solusi untuk pengelolaan sampah yang berkelanjutan dan juga sebagai instrumen pemberdayaan ekonomi masyarakat. Bank sampah tidak hanya membantu mengurangi sampah yang berakhir di tempat pembuangan akhir (TPA), tetapi juga mendorong warga untuk lebih peduli terhadap lingkungan melalui daur ulang dan pemanfaatan kembali barang-barang yang bisa diolah menjadi produk bernilai jual.

Strategi pemasaran kreatif adalah pendekatan yang berfokus pada penggunaan ide-ide inovatif dan cara-cara baru dalam menarik perhatian konsumen. Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa pemasaran kreatif bertujuan untuk membedakan produk dari kompetitor dengan menciptakan nilai unik bagi konsumen, termasuk melalui storytelling, desain pengemasan yang menarik, serta memanfaatkan media digital. Dalam konteks produk bank sampah, pemasaran kreatif dapat membantu meningkatkan nilai jual produk dengan memanfaatkan kreativitas dalam penyampaian pesan, pembuatan desain, hingga promosi. Penggunaan media sosial, platform e-commerce, dan digital marketing menjadi salah satu cara efektif untuk memperluas pasar produk daur ulang.

Produk daur ulang merupakan hasil dari pengolahan limbah atau bahan-bahan bekas yang memiliki potensi ekonomi setelah melalui proses kreatif. Menurut Sukmawati (2017), produk daur ulang dapat diubah menjadi barang-barang bernilai tinggi, seperti kerajinan tangan, dekorasi rumah, atau bahkan perabotan, yang dapat dipasarkan di pasar lokal maupun global.

Digitalisasi pemasaran telah menjadi tren penting dalam mengembangkan usaha kecil dan mikro. Menurut Jain (2018), penggunaan platform digital seperti e-commerce, media sosial, dan marketplace online memungkinkan pelaku usaha untuk menjangkau pasar yang lebih luas dengan biaya yang lebih rendah. Di Indonesia, perkembangan teknologi digital memungkinkan masyarakat di berbagai daerah untuk memasarkan produk mereka secara online, baik melalui Instagram, Facebook, atau marketplace seperti Tokopedia dan Shopee. Dalam konteks bank sampah di Kelurahan Bedahan, strategi pemasaran kreatif melalui digitalisasi dapat meningkatkan akses produk daur ulang ke pasar yang lebih luas, sehingga memperbesar potensi pendapatan bagi warga yang terlibat.

## 2. METODE

Untuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema Peningkatan Pendapatan Warga melalui Strategi Pemasaran Kreatif Produk Bank Sampah di Kelurahan Bedahan, Depok:

- a. Survei Awal dan Analisis Kebutuhan, Melakukan survei terhadap warga dan pengelola bank sampah untuk mengidentifikasi kebutuhan, kendala, serta potensi dalam pemasaran produk daur ulang.
- b. Pelatihan dan Workshop, Pelatihan Pemasaran Kreatif: Memberikan pelatihan kepada warga tentang branding, pengemasan produk, dan strategi pemasaran kreatif. Workshop Pemasaran Digital: Mengajarkan cara menggunakan media sosial dan platform e-commerce untuk memasarkan produk secara online.
- c. Pendampingan dan Praktik Lapangan, Warga didampingi dalam mempraktikkan strategi pemasaran yang telah dipelajari, termasuk pembuatan konten untuk media sosial dan pengemasan produk yang lebih menarik.
- d. Pembuatan Platform Pemasaran, Membantu warga dalam membangun platform pemasaran lokal, baik melalui media sosial, website sederhana, atau marketplace online.
- e. Monitoring dan Evaluasi, Melakukan monitoring secara berkala terhadap penjualan dan dampak ekonomi kegiatan, serta mengumpulkan feedback dari warga dan konsumen untuk perbaikan lebih lanjut.

Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini dilaksanakan pada bulan Oktober 2024 – Januari 2025 secara berkala. Alamat kegiatan ini di Jalan Masjid Syamsul Iman Rt 01 Rw 04 Kelurahan Bedahan, Sawangan, Depok.

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bedahan adalah sebuah kelurahan di kecamatan Sawangan, Kota Depok, Jawa Barat, Indonesia. Kelurahan Bedahan memiliki kode wilayah / kode kemendagri 32.76.03.1002 dan kodepos 16519. Kota Depok memiliki 11 kecamatan dan 63 kelurahan. Pada tahun 2017, jumlah penduduknya mencapai 1.809.120 jiwa dengan luas wilayah 200,29 km<sup>2</sup> dan sebaran penduduk 9.032 jiwa/km<sup>2</sup>. Kantor Kelurahan Bedahan Depok Alamat lokasi : Jl. H. Sulaiman No.9, Bedahan, Kec. Sawangan, Kota Depok, Jawa Barat 16519, Indonesia.

Hasil kegiatan sebagai berikut : Peserta Program: Program diikuti oleh sekitar 30 peserta yang terdiri dari warga Rt 01 Rw 04 Kelurahan Bedahan, Setelah pelatihan dan workshop yang diadakan, warga, terutama pengelola bank sampah dan ibu rumah tangga, menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman tentang pemasaran kreatif. Mereka mampu menerapkan teknik pengemasan produk yang lebih menarik, membuat desain branding sederhana, dan mulai aktif memasarkan produk mereka melalui media sosial seperti Instagram dan Facebook. Warga mulai memanfaatkan media sosial dan e-commerce untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Beberapa warga berhasil menjual produk mereka melalui marketplace seperti Tokopedia dan Shopee. Warga juga membuat akun media sosial bersama yang digunakan untuk mempromosikan berbagai produk daur ulang yang dihasilkan dari bank sampah. Selama pendampingan, warga tidak hanya menghasilkan produk daur ulang standar seperti kerajinan tangan, tetapi juga mulai mengembangkan produk baru, seperti aksesoris, dekorasi rumah, dan perabot kecil yang memiliki nilai jual lebih tinggi. Inovasi ini dilakukan berdasarkan hasil dari pelatihan dan diskusi kelompok tentang pengembangan ide-ide kreatif. Setelah beberapa bulan program berjalan, terdapat peningkatan pendapatan bagi warga yang terlibat aktif dalam pengelolaan dan pemasaran produk bank sampah. Warga melaporkan adanya peningkatan 20-30% dari hasil penjualan produk daur ulang dibandingkan dengan sebelumnya. Hal ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan mulai memberikan dampak ekonomi positif. Program ini juga berhasil membangun kolaborasi dengan kelompok UMKM dan toko lokal. Produk bank sampah mulai dipajang dan dijual di beberapa toko yang mendukung produk ramah lingkungan. Selain itu, kegiatan kampanye pemasaran lokal melalui bazar dan acara komunitas juga berhasil memperluas jaringan pemasaran di tingkat lokal.

#### **Pembahasan**

Efektivitas Pelatihan dan Workshop, Pelatihan pemasaran kreatif dan digital yang diberikan terbukti efektif dalam meningkatkan keterampilan warga, terutama dalam hal pengemasan dan promosi produk. Materi yang disampaikan mampu diaplikasikan dengan baik oleh peserta program, sehingga produk daur ulang yang dihasilkan lebih menarik dan memiliki daya saing di pasar. Selain itu, pemanfaatan media sosial menjadi salah satu kunci penting dalam memperluas akses ke konsumen di luar Kelurahan Bedahan. Peran Inovasi Produk dalam Peningkatan Daya Saing, Diversifikasi produk terbukti menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan pendapatan. Warga yang mengembangkan produk daur ulang menjadi lebih kreatif dan fungsional mampu menarik perhatian konsumen yang lebih luas. Produk yang memiliki desain estetika dan nilai guna yang tinggi mendapat respon positif di pasar, baik secara online maupun offline. Kolaborasi dan Jaringan Pemasaran, Kerja sama dengan UMKM, toko lokal, serta komunitas lainnya menjadi faktor kunci dalam memperluas jaringan pemasaran. Kolaborasi ini memungkinkan produk bank sampah mendapatkan tempat di pasar lokal, sementara pemasaran digital membantu menjangkau konsumen di luar wilayah Depok. Dukungan dari pemerintah lokal dan tokoh masyarakat juga memperkuat pelaksanaan program ini. Kendala yang Dihadapi, Beberapa kendala yang dihadapi dalam kegiatan ini adalah minimnya akses warga terhadap teknologi canggih dan keterbatasan modal untuk meningkatkan skala produksi. Selain itu, proses

adaptasi dengan pemasaran digital membutuhkan waktu bagi beberapa warga yang belum terbiasa dengan penggunaan teknologi dan platform digital. Dampak Lingkungan dan Sosial, Selain dampak ekonomi, kegiatan ini juga memberikan dampak positif terhadap lingkungan. Melalui program bank sampah, volume sampah di lingkungan Kelurahan Bedahan dapat berkurang, serta kesadaran warga tentang pentingnya pengelolaan sampah yang baik meningkat. Secara sosial, kegiatan ini juga mempererat hubungan antarwarga karena kolaborasi dalam produksi dan pemasaran produk daur ulang.

#### 4. KESIMPULAN

Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa penerapan strategi pemasaran kreatif berhasil meningkatkan pendapatan warga melalui produk bank sampah. Program ini tidak hanya berdampak positif pada ekonomi warga, tetapi juga pada pengelolaan lingkungan yang lebih baik. Dengan adanya pelatihan, pendampingan, dan pengembangan jaringan pemasaran, warga Kelurahan Bedahan dapat memaksimalkan potensi ekonomi dari sampah yang diolah menjadi produk bernilai jual. Keberhasilan ini dapat menjadi model untuk program pemberdayaan masyarakat lainnya di wilayah sekitarnya.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Amirudin, A., Purnama, A., & Yusuf, A. (2024). Pelatihan Keterampilan Pemasaran Kreatif Bagi Umkm Sablon Dengan Memanfaatkan Media Sosial dan Konten Visual Pada Warga Jl. Edelwis Pamulang Tangerang Selatan. *AMANA MENGABDI*, 1(1), 58-61.
- Anggriani, R., Anggrawan, A., Dasriani, G. A., Sidharta, R. B. F. I., Awanta, D., & Gunawan, J. S. (2022). Penerapan Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Omset Penjualan Jajanan Lokal UMKM di Kota Mataram. *ADMA: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 3(1), 149-156.
- Aziz, T. A., Maarif, M. S., & Sukmawati, A. (2017). Pengaruh Rekrutmen dan Seleksi terhadap Kinerja. 3(2), *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen* 246-253
- Azizah, N., Carolina, P. S., & Alfaizi, M. R. (2020). Pengaruh Penentuan Strategi Komunikasi Pemasaran Terhadap Minat Beli Masyarakat Pada Produk Lokal. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 8(2), 87-98.
- Chesanti, P. C., & Setyorini, R. (2018). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan sebagai Pengguna Aplikasi PLN Mobile.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks. Kotler dan Gary Amstrong.
- Lu'lu'Innida, L., Aisyi, N. R., Limaran, K., Widihastuti, R. A., & Suryono, S. (2024). Pengenalan Segmenting, Targeting, Positioning (STP) dan Penerapan Digital Marketing sebagai Strategi Pemasaran Produk Lokal Jahe Instan Desa Banjarsari. *Jurnal Bina Desa*, 6(2), 198-204.
- Novia, R. P., Rachman, R., Hamida, L., Sari, P. A. P., HRM, F. A., & Rahman, E. A. (2022). STRATEGI PEMASARAN MELALUI PENETAPAN PROMOSI PENJUALAN DAN KUALITAS PELAYANAN PADA KAFE FORTUNA DI SITUBONDO. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 1(12), 2463-2470.
- Pricilla, L., Octaviani, I. S., Karolina, K., Faisal, F., & Purnama, A. (2020). Pelatihan Peningkatan Kualitas Kemasan Produk Kue Tradisional pada Usaha Kecil dan Menengah Masyarakat Desa Cicalengka Kecamatan Pagedangan Kabupaten Tangerang-Banten. *Dedikasi PKM*, 1(3), 120-125.