

Pelatihan Peningkatan Efektivitas Pengelolaan Produk Bank Sampah IPPEC Kabupaten Sukabumi

Yuri Rahayu¹, Andi Riyanto², Rizal Amegia Saputra³, Asep Sayfullah⁴, Hani Novianti⁵,
Saela Nurussyifa⁶

^{1,2,3,4,5,6}Universitas Bina Sarana Informatika
Jln. Cemerlang No.8 Sukakarya, Sukabumi

e-mail: ¹yuri.yru@bsi.ac.id, ²andi.iio@bsi.ac.id, ³rizal.rga@bsi.ac.id, ⁴asep.alo@bsi.ac.id, ⁵hani.nov123@gmail.com, ⁶saela_cute1@gmail.com

Abstrak

Bank Sampah IPPEC (Ikatan Pemuda Pemudi Creative) merupakan komunitas pemuda pemudi Desa Bojongsawah Kecamatan Kebonpedes Kabupaten Sukabumi yang menggeluti sampah. Ide dan gagasan untuk mengurangi sampah di lingkungan Desa Bojong Sawah tertuang pada komunitas dalam bentuk visi dan misi, Bank Sampah IPPEC memiliki Visi yaitu Generasi Sehat Penebar Manfaat Untuk Masyarakat Yang Mandiri, Kreatif dan Inovatif. Sementara misinya yaitu Menciptakan Sistem Pengelolaan sampah yang baik, Menciptakan Tata Kelola Lingkungan yang bersih dan sehat, Meningkatkan kesadaran Masyarakat yang tinggi, Mencetak Generasi Peduli lingkungan sehat, Membina Kreativitas Warga dalam hal daur ulang sampah, Meningkatkan Perekonomian Masyarakat. Bank Sampah IPPEC sudah berjalan dari tahun 2019, tentunya sudah memiliki produk unggulan yang sudah dihasilkan, seperti Kursi Sofa Ekobrik sebagian bahan dasarnya dari sampah jenis anorganik dan Maggot berasal dari sampah organik. Adapun gambaran struktur organisasi dari Bank Sampah IPPEC terdiri dari ketua, wakil ketua, sekretaris, bendahara, kepala penimbangan, kepala pemilahan, kepala pemasaran, kepala pengelola organik dan non organik. Pada pelaksanaan dari pembuatan produk yang dihasilkan dari sampah yang dikelola Bank Sampah IPPEC masih mengalami Permasalahan yaitu di antaranya belum optimal nya pemasaran produk, sehingga penjualan produk belum maksimal. Untuk memecahkan permasalahan di atas, maka diperlukan suatu pelatihan tentang digital marketing untuk meningkatkan penjualan produk dari bank sampah IPPEC.

Kata Kunci: Digital Marketing, Pengelolaan Produk, Bank Sampah IPPEC

Abstract

Bank Sampah IPPEC (Ikatan Pemuda Pemudi Creative) is a community of young people in Bojongsawah Village, Kebonpedes Sub-district, Sukabumi Regency who work on waste. Ideas and ideas to reduce waste in the Bojong Sawah Village environment are contained in the community in the form of vision and mission, Bank Sampah IPPEC has a vision, namely Healthy Generation of Beneficiaries for Independent, Creative and Innovative Communities. While the mission is to create a good waste management system, create a clean and healthy environmental governance, increase high public awareness, create a generation that cares about a healthy environment, foster the creativity of citizens in terms of waste recycling, improve the community economy. Bank Sampah IPPEC has been running since 2019, of course, it already has superior products that have been produced, such as the Ecobrik Sofa Chair as part of its basic ingredients from inorganic type waste and Maggot from organic waste. The description of the organizational structure of the Bank Sampah IPPEC consists of the chairman,



vice chairman, secretary, treasurer, head of weighing, head of sorting, head of marketing, head of organic and non-organic management. In the implementation of making products produced from waste managed by the Bank Sampah IPPEC, there are still problems, including not optimizing product marketing, so that product sales are not maximized. To solve the above problems, a training on digital marketing is needed to increase product sales from Bank Sampah IPPEC.

Keywords: *Digital Marketing, product management, Bank Sampah IPPEC*

Pendahuluan

Situasi saat ini Teknologi Digital memegang peranan yang sangat penting terutama dunia bisnis, baik itu untuk bisnis skala besar maupun kecil. Bisnis jika tidak didukung kemampuan untuk memanfaatkan Digitalisasi akan berpengaruh terhadap kelangsungan hidup usaha. Para pelaku bisnis berlomba-lomba untuk bisa mencari peluang dengan strategi bisnis nya untuk mendapatkan hasil penjualan maksimal. Bagian Marketing memegang kendali akan kunci pokok sebuah usaha. Marketing Pemasaran merupakan sebuah alur dari sebuah sistem yang direncanakan oleh pemasar tentang bagaimana menentukan harga, mempromosikan produk serta mendistribusikan nya Stanton dalam (Az-Zahra & Sukmalengkawati, 2022).

Bank sampah IPPEC kabupaten Sukabumi beralamat Kp. Ciseupan, RW.011, Desa Bojongsawah, Kecamatan Kebonpedes, Kabupaten Sukabumi, Jawa Barat 43194. Mengelola sampah organik dan nonorganik memiliki permasalahan dalam hal pemasaran produk yang dihasilkannya. Produk yang dihasilkan merupakan produk hasil pengolahan dari sampah plastik yang berpotensi dalam mencegah limbah berlebih. Produk yang dihasilkan berupa Maggot, Sofa Ecobrik. Produk-produk yang dihasilkan bisa menjanjikan peluang usaha dan membuka kesempatan dan lowongan pekerjaan. Tetapi fakta nya permasalahan yang terjadi saat ini pemasaran yang dilakukan belum optimal, selama ini masih mengandalkan relasi sehingga berimbas pada jumlah penjualan yang masih sedikit. Proses pemasaran yang tepat akan membantu bisnis atau usaha dalam meningkatkan persaingan penjualan. Saat ini konsumen lebih pandai dalam memilih barang yang ada di pasar sehingga produsen sebuah produk harus mampu merangsang sebuah kebutuhan bagi pasar sasaran sampai pada akhirnya mereka memiliki keinginan untuk membeli. Keinginan konsumen untuk membeli sebuah produk yang ada di pasar akan timbul setelah perusahaan mampu membuat konsumen menginginkan akan produk tersebut dan merasa bahwa mereka perlu memilikinya (Kotler, 2016).

Penggunaan digital marketing yang dilakukan dengan tepat, konsisten dan menarik akan lebih muncul minat beli terhadap produk yang ditawarkan. Berbelanja dengan digital marketing di media sosial dan e-commerce, maka kenyamanan, ketertarikan serta rasa puas ketika melakukan pembelian dapat menghindari persepsi biaya yang diperlukan untuk mendapatkan barang yang dibutuhkan sehingga menimbulkan minat untuk membeli pada konsumen (Purwana et al., 2017). Penggunaan digital marketing yang dilakukan dengan tepat, konsisten dan menarik akan lebih muncul minat beli terhadap produk yang ditawarkan. Berbelanja dengan digital marketing di media sosial dan e-commerce, maka kenyamanan, ketertarikan serta rasa puas ketika melakukan pembelian dapat menghindari persepsi biaya yang diperlukan untuk mendapatkan barang yang dibutuhkan sehingga menimbulkan minat untuk membeli pada konsumen. Digital Marketing dalam kegiatannya yang dilakukan melalui media berbasis web seperti blog, website, e-mail, AdWords, ataupun jejaring social merupakan salah satu upaya sebuah perusahaan dalam melakukan branding atas produk yang dimilikinya (Sasmita & Kurniawan, 2020).

Maka dari itu sebagai wujud kepedulian pihak Civitas Akademik Universitas Bina Sarana Informatika kampus kota Sukabumi perlu memberikan pelatihan sehingga bisa membuka

peluang untuk memasarkan produk nya dengan pemanfaatan teknologi Informasi sehingga produk nya bisa di kenal luas. Pelatihan yang akan diberikan bertema Pelatihan Digital Marketing Dalam Upaya Pengembangan Pemasaran Produk Bank Sampah kepada IPPEC Kabupaten Sukabumi.

Metode

Metode pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat kebagi kedalam dua bagian yaitu sebagai berikut:

1. Tahapan Persiapan
 - a. Identifikasi permasalahan dan kebutuhan mitra,
 - b. Pembentukan Tim disesuaikan dengan kepakaran keilmuan untuk menyelesaikan masalah,
 - c. Pembuatan proposal untuk pengajuan penawaran solusi permasalahan,
 - d. Perencanaan pelaksanaan program secara konseptual, operasional dan tugasdari tim pengusul dan mitra.
2. Tahapan Pelaksanaan

Berikut tahapan pelaksanaan solusi dapat dilihat pada tabel 1 dibawah ini:

Tabel 1. Tahapan Pelaksanaan Solusi

No	Permasalahan	Solusi	Metode Pelaksanaan
1	Mitra, pelaku usaha mengalami kesulitan dalam memperluas jaring marketing produknya	Diberikan pelatihan untuk menambah pengetahuan dan keterampilan terkait Digital Marketing	Pendampingan, pelatihan Digital Marketing
2	Mitra mengalami kesulitan dalam membuat informasi mengenai Produk-produk dalam hal pemasaran melalui teknologi Digital		

Hasil dan Pembahasan

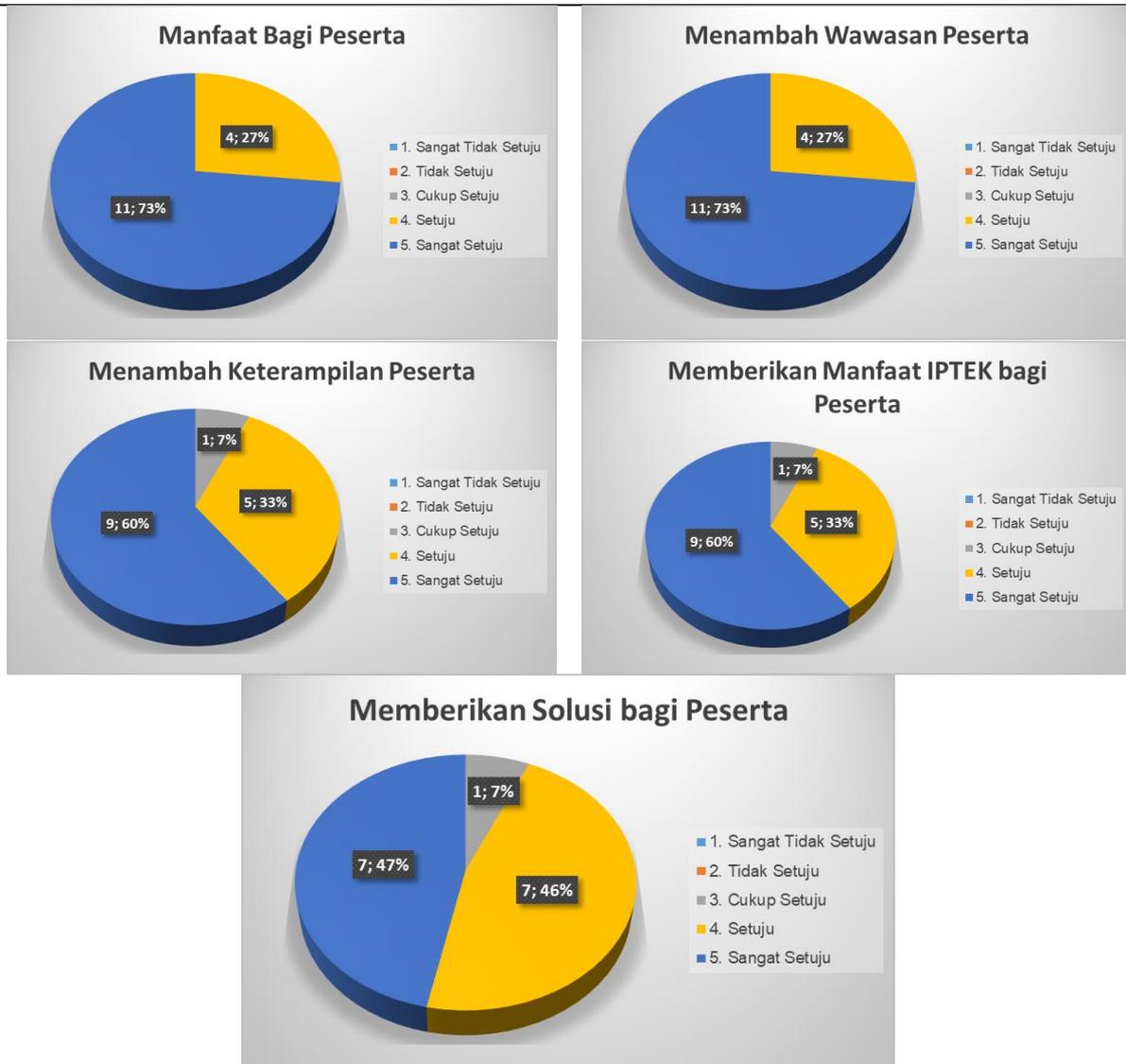
Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini dilaksanakan pada tanggal 26 Mei 2024 di Bank Sampah IPPEC Kabupaten Sukabumi dengan alamat Kp. Ciseupan, RW.011, Desa Bojongsawah, Kecamatan Kebonpedes, Kabupaten Sukabumi, Jawa Barat 43194. Kegiatan pengabdian masyarakat ini diselenggarakan berupa pelatihan digital marketing dengan memanfaatkan media sosial kepada para pengurus Bank Sampah IPPEC Kabupaten Sukabumi. Pengabdian Masyarakat dilaksanakan dengan tema pelatihan digital marketing dengan memanfaatkan media sosial dalam upaya pengembangan pemasaran produk yang dihadiri 20 orang dan berlangsung dari jam 08:00-12:00 WIB. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dimulai

dengan pembukaan oleh ketua panitia, diikuti dengan sambutan dari perwakilan mitra. Setelah sambutan, dilanjutkan dengan acara penyampaian materi tentang digital marketing dengan memanfaatkan media sosial dalam upaya pengembangan pemasaran produk.



Gambar 1. Tutor Menyampaikan Materi Pelatihan

Pada Gambar 1. Tutor memberikan penjelasan materi mengenai digital marketing dengan memanfaatkan media sosial dengan menerapkan metode ceramah dan diskusi. Tutor menyampaikan materi yang berkaitan dengan digital marketing. Selain itu, tutor juga memberikan contoh mengenai cara memanfaatkan media sosial dalam digital marketing. Setelah materi selesai disampaikan, diadakan tanya jawab mengenai materi yang disampaikan. Hasil dari pelatihan yang telah disampaikan kepada pengurus Bank Sampah IPPEC Sukabumi sangat memberikan manfaat bagi seluruh pengurus. Dengan diadakannya pelatihan ini, dapat meningkatkan keterampilan pemahaman tentang digital marketing dengan memanfaatkan media sosial.



Gambar 2. Grafik Kepuasan Pengurus Bank Sampah IPPEC Dalam Pelatihan Digital Marketing Dengan Memanfaatkan Media Sosial

Berdasarkan hasil kuesioner dari pelatihan digital marketing dengan memanfaatkan media sosial dalam upaya pengembangan pemasaran produk pada bank sampah IPPEC Kabupaten Sukabumi, berikut adalah analisis dari lima grafik yang telah disajikan:

1. Manfaat Bagi Peserta: Sebanyak 73% peserta sangat setuju bahwa pelatihan ini memberikan manfaat bagi mereka, sementara 27% lainnya setuju. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas peserta merasakan manfaat signifikan dari pelatihan ini.
2. Menambah Wawasan Peserta: Grafik menunjukkan bahwa 73% peserta sangat setuju bahwa pelatihan ini menambah wawasan mereka, sedangkan 27% peserta setuju. Ini mencerminkan bahwa pelatihan berhasil memperluas pengetahuan peserta mengenai digital marketing.
3. Menambah Keterampilan Peserta: Sebanyak 60% peserta sangat setuju bahwa keterampilan mereka bertambah setelah mengikuti pelatihan, 33% setuju, dan 7% cukup setuju. Ini menandakan bahwa pelatihan tidak hanya memberikan teori tetapi juga meningkatkan keterampilan praktis peserta.

4. Memberikan Manfaat IPTEK bagi Peserta: Grafik ini menunjukkan bahwa 60% peserta sangat setuju bahwa pelatihan memberikan manfaat dalam hal ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK), 33% setuju, dan 7% cukup setuju. Ini menunjukkan bahwa pelatihan berhasil menyampaikan pengetahuan teknologi yang relevan bagi peserta.
5. Memberikan Solusi bagi Peserta: Sebanyak 47% peserta sangat setuju bahwa pelatihan memberikan solusi bagi masalah pemasaran yang mereka hadapi, 46% setuju, dan 7% cukup setuju. Ini menandakan bahwa pelatihan ini efektif dalam memberikan solusi praktis yang dapat diimplementasikan oleh peserta.

Secara keseluruhan, hasil kuesioner menunjukkan bahwa pelatihan digital marketing yang diberikan sangat bermanfaat bagi peserta dalam meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan memberikan solusi nyata dalam pengembangan pemasaran produk. Tingkat kepuasan yang tinggi ini mencerminkan keberhasilan pelatihan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Kesimpulan

Kesimpulan dari kegiatan pelatihan Digital Marketing dengan memanfaatkan media sosial dalam upaya pengembangan produk Bank Sampah adalah sebagai berikut: Peningkatan Kompetensi Peserta pelatihan memperoleh pengetahuan dan keterampilan baru dalam bidang digital marketing yang dapat diterapkan untuk mempromosikan produk Bank Sampah secara efektif. Meningkatkan Pemahaman Strategi Digital sehingga memberikan wawasan mendalam tentang strategi pemasaran digital, termasuk penggunaan media sosial, iklan berbayar, konten kreatif, dan analitis pemasaran untuk mengoptimalkan kampanye promosi. Efisiensi dan Efektivitas Pemasaran Melalui pelatihan ini, peserta memahami bagaimana memanfaatkan media sosial untuk mencapai audiens yang lebih luas dengan biaya yang lebih rendah dibandingkan metode pemasaran tradisional, sehingga meningkatkan efisiensi dan efektivitas pemasaran.

Saran atas kegiatan pelaksanaan pengabdian Masyarakat yang sudah dilakukan adalah lebih Pengembangan Komunitas: Pelatihan ini juga menekankan pentingnya membangun komunitas yang peduli terhadap lingkungan dan mendukung inisiatif daur ulang melalui media sosial, yang dapat membantu dalam pengembangan produk Bank Sampah. Secara keseluruhan, pelatihan digital marketing ini memberikan dasar yang kuat bagi peserta untuk mengembangkan dan mempromosikan produk Bank Sampah dengan cara yang lebih modern, efisien, dan efektif, serta berkontribusi pada tujuan keberlanjutan lingkungan.

Daftar Pustaka

- Az-Zahra, P., & Sukmalengkawati, A. (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 2008–2018.
- Kotler, P. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1).
- Sasmita, C. I., & Kurniawan, I. B. (2020). Pengaruh Promosi Sosial Media (Digital Marketing) Terhadap Minat Beli Chatime Wilayah Badung. *Seminar Ilmiah Nasional Teknologi, Sains, Dan Sosial Humaniora (SINTESA)*.