

# PEMANFAATAN PEMASARAN DIGITAL MARKETING TERHADAP USAHA PENGRAJIN SAMPAH PLASTIK DI DESA PEGAGAN KIDUL

Muhammad Mahfud Gunawan<sup>1</sup>, Siti Afipah Nurhamidiyah<sup>2</sup>, Faizah<sup>3</sup>, Arid Fitrah Perdana<sup>4</sup>,  
Triana<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup>Universitas Nahdlatul Ulama Cirebon

Email: [afipahnurhamidiyah@gmail.com](mailto:afipahnurhamidiyah@gmail.com)

## Abstrak

Perkembangan teknologi yang sangat pesat menyebabkan terjadinya perubahan dalam berbagai bidang kebutuhan manusia salah satunya pada bidang bisnis. Adanya Digital marketing atau pemasaran secara digital memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk dapat memasarkan produknya. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan peran pemanfaatan digital marketing terhadap usaha pengrajin sampah plastik di Desa Pegagan Kidul. Pengrajin sampah plastik adalah masyarakat yang mengolah sampah plastik menjadi kreasi yang kreatif dan bernilai ekonomis. Metode penelitian ini menggunakan pemanfaatan ini adalah metode *Participatory Rular Appraisal (PRA)* yang mana lebih meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam kegiatan penelitian ini. Hasil dari kegiatan yang telah dilakukan memperoleh bahwa pelaku usaha dan masyarakat sudah memahami dan bisa mengimplementasikan sosialisasi dan pelatihan yang diberikan mengenai penggunaan media sosial seperti marketplace Facebook dan whatsapp Bussines.

**Kata Kunci :** *Pemanfaatan, Pemasaran digital, Sampah Plastik*

## Abstract

*The very rapid development of technology has caused changes in various areas of human needs, one of which is in the business sector. The existence of digital marketing or digital marketing makes it easy for people to market their products. This research aims to describe the role of using digital marketing in the business of plastic waste craftsmen in Pegagan Kidul village. Plastic waste craftsmen are people who process plastic waste into creative and economically valuable creations. This research method uses the Participatory Rular Appraisal (PRA) method which further increases community involvement in this research activity. The results of the activities that have been carried out show that business actors and the public understand and can implement the socialization and training provided regarding the use of social media such as the Facebook marketplace and WhatsApp Business.*

**Keywords:** *Utilization, Digital marketing, Plastic Waste*

## 1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang sangat pesat menyebabkan terjadinya perubahan dalam berbagai sektor kebutuhan manusia. Memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk menjangkau segala sesuatu melalui online. Dengan adanya media online tidak terlepas dari kemajuan teknologi yang sudah di gunakan dalam segala aspek terutama dalam bidang penjualan. Permasalahan sampah plastik saat

ini menjadi perhatian nasional bahkan international karena pengelolaan yang masih belum maksimal, sementara teknologi terus berkembang. membuat pengrajin sampah merasa khawatir dan berpikir untuk berkreatifitas memanfaatkan sampah menjadi barang yang berguna dan bernilai ekonomis Namun kreatifitas harus tetap berjalan agar pengolahan sampah ini berdampak pada pengurangan timbulan sampah dan mampu meningkatkan pendapatan ekonomi masyarakat dari pengelolaan sampah rumah tangga mereka. (Riyanto dkk., 2022)

Digital marketing adalah teknik pemasaran produk atau jasa yang menggunakan media digital. Termasuk internet, perangkat seluler, dan perangkat lunak untuk mencapai tujuan pemasaran (Dibussi Tande, 2018). (Hidayati dkk., 2020) Dengan digital marketing komunikasi dan transaksi dapat dilakukan setiap waktu (real time) dan bisa diakses seluruh dunia, seseorang bahkan bisa melihat berbagai barang melalui internet, sebagai informasi mengenai produk tersebut sudah tersedia di internet, bahkan kemudahan dalam pemesanan dan kemampuan konsumen dalam membandingkan satu produk dengan produk lainnya (kotler dan keller, 2008) (Prilandewi & Sukadana, 2022).

Desa Pegagan Kidul merupakan salah satu desa yang masyarakatnya belum menyadari bahwa sampah plastik bisa di buat kreasi yang unik dan bernilai ekonomis, sehingga masyarakat hanya mengumpulkan dan menjualnya. kegiatan pengabdian masyarakat ini akan berfokus pada salah satu pelaku usaha kerajinan sampah plastik di lingkungan Desa pegagan kidul. Desa pegagan kidul merupakan desa yang menjadi pusat dari beberapa desa lainnya, terutama dalam segi penjualan sehingga memudahkan para pelaku usaha untuk menjual produknya (Ekaningtias dkk., 2022). Usaha kerajinan sampah plastik ini sudah digeluti dari tahun 2019 bermula dari pelaku usaha iseng mengisi waktu luang dengan mengolah limbah platik menjadi seni hias dalam berbagai bentuk yang menarik (Cahyani, t.t.).

Limbah sampah plastik yang hanya di buang dan tidak dimanfaatkan, diolah menjadi bunga plastik, dan tanaman padi yang indah dan bernilai jual. Semakin unik bentuk yang dibuat maka semakin tinggi nilai jualnya. Namun sangat di sayangkan, pelaku usaha belum mampu memanfaatkan teknologi sehingga membuat pelaku usaha hanya melakukan pemasaran secara konvensional.


(Sukmasetya dkk., 2021) Untuk menyelesaikan permasalahan tersebut perlu dilakukan sosialisasi dan pelatihan dengan mengaplikasikan metode *Participatory Rular Appraisal (PRA)* tentang Pentingnya Digital marketing sebagai media pemasaran produk dan memberikan pelatihan mengenai penggunaan social media marketing, mulai dari *marketplace* pada facebook, dan whatsapp bussines .

## **2. METODE**

Metode pendampingan menggunakan *Participatory Rular Appraisal (PRA)* suatu metode pendekatan yang lebih menekankan pada peningkatan keterlibatan masyarakat dalam kegiatan ini. Metode *Participatory Rular Appraisal (PRA)* digunakan agar maksud para pelaku usaha pengrajin sampah plastik Desa Pegagan Kidul turut serta langsung dalam mengidentifikasi dan menganalisis masalah yang mereka alami, serta merumuskan solusi atau penyelesaian dari permasalahan tersebut. *Metode PRA* ini tepat digunakan untuk melihat kebutuhan dasar para pelaku usaha pengrajin sampah plastik mengalami kendala dalam hal pemasaran. Hal itu karena strategi yang pemasaran masih sangat konvensional sehingga jangkauan pasar kurang luas. Dalam implementasinya *Participatory Rular Appraisal* menggunakan 4 siklus dimulai dari perencanaan, tindakan atau pelaksanaan, pengamatan, dan refleksi. Perencanaan disini merupakan tindakan survei guna mengetahui apa yang terjadi permasalahan pelaku usaha, setelah mengetahui permasalahan kemudian di lakukan juga tahapan perumusan solusi dan penyelesaian permasalahan yang ada. Tindakan atau pelaksanaan disini solusi yang diambil adalah dengan melaksanakan sosialisasi digital marketing dan pelatihan pembuatan marketplace serta pelatihan pembuatan kerajinan. Pengamatan yang dilakukan terkait dengan dampak dari pelaksanaannya solusi penyelesaian masalah apakah memberikan dampak yang positif dan signifikan terhadap pelaku usaha atau tidak refleksi di lakukan evaluasi apa yang kurang dan yang harus di tingkatkan terkait solusi permasalahan tersebut.

## **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kegiatan sosialisasi ini di lakukan di musholla Al-falah. Berlangsung selama 1 hari. Kegiatan ini dilaksanakan sesuai alur proses tahapan pelaksanaan sosialisasi kepada masyarakat, dengan memberikan sosialisasi dan pelatihan kepada masyarakat dan pelaku usaha mengenai digital marketing sehingga masyarakat dan pelaku usaha memahami konsep pemasaran secara digital dan dapat di implemetasikan kepada usahanya, sehingga pemasaran produknya bisa di jangkau beberapa lapisan masyarakat dan meningkatkan kapasitas penjualan. Agar program sosialisasi dan pelatihan tersebut berjalan dengan baik tentunya dibutuhkan langkah-langkah yang sistematis agar tepat sesuai peruntukannya.

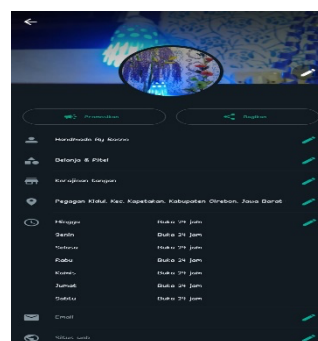
Waktu	Hasil
Hari ke-1 24 Agustus 2023	<p>survei dan diskusi dengan pengrajin sampah plastik mengenai kegiatan sosialisasi pemasaran Digital marketing.</p>  <p><i>Gambar 1. Diskusi dan wawancara</i></p>
Hari ke-2 26 Agustus 2023	Melaksanakan kegiatan sosialisais dan edukasi mengenai Femanfaatan pemasaran digital sekaligus pelatihan pembuatan sosial media.



*Gamabr 2. Sosialisasi dan Edukasi pemanfaatan digital marketing*



*Gambar 3. Pelatihan pembuatan kerajinan*



*Gambar 4. Pelatihan pembuatan marketplace*

### 3.1 Perencanaan

Seperti dalam gambar1 Dilakukan survei kepada pelaku usaha pengrajin sampah plastik di Desa Pegagan Kidul. Dalam survei yang dilakukan didapatkan hasil permasalahan terkait dengan pemasaran. Para pelaku usaha masih

menggunakan cara konvensional kurang atau bahkan belum memanfaatkan teknologi digital dalam pemasaran produk. Penyebabnya kurangnya pengetahuan dan informasi dalam pemasaran melalui digital (Digital Marketing) setelah mengetahui permasalahan dilakukan diskusi terkait tindakan yang diambil untuk mengatasi permasalahan. dirumuskanlah sebuah solusi yaitu sosialisasi pemasaran digital marketing. Dengan diadakan kegiatan sosialisasi ini diharapkan para pelaku usaha yang ada di Desa Pegagan Kidul dapat menambah wawasan mereka terkait pemasaran digital yang sangat menguntungkan jika diaplikasikan dalam menjalankan usaha mereka.

### **3.2 Tindakan atau pelaksanaan**

Seperti dalam gambar 2 sampai 4 tahapan tindakan atau pelaksanaan merupakan tahapan utama yang merupakan kelanjutan dari tahapan perencanaan. Berdasarkan hasil survei dalam tahap sebelumnya, permasalahan utama para pelaku usaha terletak pada aspek pemasaran yang cenderung sederhana dan konvensional. Oleh karena itu, diadakan kegiatan sosialisasi tentang pemasaran digital dan pelatihan pada tahap tindakan. Sosialisasi dan pelatihan ini dilakukan pada Kamis, 26 Agustus 2023 di musholla Al-fallah kegiatan tersebut mengusung tema “*Sosialisasi Dan Pendampingan Daur Ulang Sampah*” yang bermaksud untuk menciptakan masyarakat yang mempunyai kreativitas dalam pendaurulangan sampah menjadi kreasi yang bernilai ekonomis, masyarakat dan para pelaku usaha memahami pemasaran melalui digital marketing.

Rangkaian acara utamanya yaitu sosialisasi dan pelatihan, pemberian materi oleh narasumber menyampaikan tentang definisi, strategi, tips sukses dan aspek lainnya yang berkaitan dengan pemasaran digital. Pelatihan pembuatan *marketplace* dan pelatihan pembuatan kreasi dari sampah plastik. Hal tersebut bertujuan untuk memberikan pemahaman sekaligus pelatihan sebagai bekal para pelaku usaha untuk terjun dalam digital marketing. Di akhir pemaparan dilakukan analisis secara langsung terhadap media sosial beberapa pelaku usaha pengrajin sampah plastik agar mereka dapat memperbaiki dan mengembangkan media sosialnya. Selain itu, peserta sosialisasi juga sangat antusias untuk memberikan

tanggapan atau pertanyaan saat diskusi mereka menjelaskan bagaimana kesulitan mereka dalam memanfaatkan digital marketing secara detail untuk mendapatkan solusi yang tepat.

### **3.3 Pengamatan**

Tahapan pengamatan merupakan tahapan penting lanjutan dari tindakan atau pelaksanaan tahapan ini tahapan observasi untuk mengamati dan memantau hasil dari dampak sosialisasi dan pelatihan yang merupakan tahapan tindakan. Pada tahap sebelumnya sudah di laksanakan sosialisasi dan pelatihan guna memebrikan wawasan mengenai pemasaran digital. Dijelaskan dalam sosialisasi digital tips sukses pemasaran digital yaitu media sosial dan *marketplace*. Penjelasan ini berdampak pada pelaku usaha untuk mulai mengoptimalkan kedua unsur tersebut guna pemasaran secara digital. Setelah sosialisasi ini diadakan pelatihan pembuatan dan pendaftaran *marketplace* seperti facebook dan whatsapp bussines. Bertujuan agar para pelaku usaha bisa langsung memahami dan menggunakan media sosial tersebut. Pada tahapan ini hal yang dapat diobservasi adalah tindakan pelaku usaha pengrajin sampah plastik untuk memulai pemasaran digital.

### **3.4 Refleksi**

Refleksi disini dilakukan agar mengetahui tindakan yang dilakukan sosialisasi dan pelatihan digital marketing apakah berjalan secara efektif mampu memberikan pemahaman pelaku usaha pengrajin sampah plastik sebelumnya masih memilik pola fikir konvensional menjadi lebih modern dan terbuka khususnya terhadap perkembangan teknologi (Digital Marketing) atau tidak. Seperti pada tahap pengamatan setelah dilakukan sosialisasi dan pelatihan para pelaku usaha pengrajin sampah platik sudah bisa mengimplementasikan digital marketing pada pemasaran produk mereka dengan begitu dari keempat langkah tersebut telah dilaksanakan dengan baik hasil dari sosialisasi terebut berpengaruh pada omset para pelaku usaha pengrajin sampah plastik yang tadinya hanya mendapatkan omset dibawah Rp 500.000 setelah menggunakan pemasaran digital para pelaku usaha mendapatkan omset diatas Rp 1000.000 sehingga membuat masyarakat yang

lainnya tertarik untuk memulai usaha dengan memanfaatkan sampah plastik yang tadinya mereka hanya mengumpulkan lalu menjual kepada pengepul sekarang mereka bisa mengolah dan memasarkan secara mandiri dan mendapatkan penghasilan tambahan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa melalui sosialisasi dan pelatihan pemanfaatan digital marketing pada pelaku usaha pengrajin sampah plastik di Desa Pegagan Kidul dikatakan berhasil dalam meningkatkan kesadaran dalam pengolahan sampah plastik dan omset pendapatan.

### **Diskusi**

Kegiatan dari hasil pengabdian masyarakat ini berjalan dengan baik begitupula dengan kegiatan penelitian yang dilakukan mengenai pemanfaatan pemasaran digital marketing, masyarakat merespon dengan baik kegiatan yg dilakukan. Karena masyarakat memang belum mengenal pemasaran melalui digital sehingga membuat antusias masyarakat dan pelaku usaha dalam kegiatan sosialisasi dan pelatihan ini.

### **4. KESIMPULAN**

Kegiatan pelaksanaan sosialisasi dan pelatihan digital marketing pada pelaku usaha pengrajin sampah plastik dikategorikan berhasil. Hal ini dapat dilihat dari cara pengimplementasi pemasaran melalui digital, yaitu penggunaan social media *marketplace* pada facebook, dan menggunakan whatsapp bussines yang sudah dilakukan oleh pelaku usaha. Sehingga sosialisasi edukasi dan pelatihan yang dilakukan diterima dengan baik sehingga kegiatan ini dapat dijadikan solusi dalam meningkatkan pemasaran produk dan dapat meningkatkan keuntungan bagi pelaku usaha. Diharapkan pula pelaku usaha bisa konsisten dalam mempromosikan produknya di *social* media dan bisa menggunakan platfrom lainnya sehingga bisa menjangkau masyarakat luas dan berdampak positif bagi kelanjutan usahanya.

### **DAFTAR PUSTAKA**



- Cahyani, R. N. (t.t.). *Digitalisasi Pemasaran UMKM Pada Masa Pnademi Covid-19 Di kota semarang Provinsi jawa tengah.*
- Ekaningtias, D., Djunaedi, A., Aghe Africa, L., Nasution, Z., & Mukhlis, I. (2022). *Pengabdian Kepada Masyarakat Melalui Pelatihan Digital Marketing Sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing SWK Wonorejo Pasca Pandemi.* 2, 13–21. <https://doi.org/10.14414/kedaymas.v2i2.2977>
- Hidayati, N., Pungkasanti, P. T., & Wakhidah, N. (2020). Pemanfaatan media Sosial Sebagai Digital Marketing UMKM Di Kecamatan Tembalang Semarang. *ABDIMASKU: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT*, 3(3), Article 3. <https://doi.org/10.33633/ja.v3i3.129>
- Prilandewi, K. L., & Sukadana, I. W. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Media Pemasaran Produk Kerajinan Batok Kelapa Di Desa Batubulan. *RESONA : Jurnal Ilmiah Pengabdian Masyarakat*, 5(2), Article 2. <https://doi.org/10.35906/resona.v5i2.809>
- Riyanto, S., Azis, M. N. L., & Putera, A. R. (2022). Pendampingan UMKM dalam Penggunaan Digital Marketing pada Komunitas UMKM di Kabupaten Madiun. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), Article 1. <https://doi.org/10.31294/jabdimas.v5i1.11534>
- Sukmasetya, P., Apriyani, H., Wahyuni, T., Wulan, B. S., Nugroho, W., & Ardiyansah, A. H. (2021). Pendampingan Pemanfaatan Digital Branding dan Digital Marketing Pada Kuliner Kampung Kali Paremono. *Jurnal Abdimas PHB : Jurnal Pengabdian Masyarakat Progresif Humanis Brainstorming*, 4(3), Article 3. <https://doi.org/10.30591/japhb.v4i3.2331>