

# Pemberdayaan Ekonomi Anggota Bank Sampah 'Berkah'

**Alien Akmalia<sup>1</sup>, Rita Kusumawati<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UMY, 082138170869

<sup>2</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UMY

[alien\\_akmalia@umy.ac.id](mailto:alien_akmalia@umy.ac.id)

## Abstrak

Latar belakang kegiatan ini berangkat dari persoalan limbah konveksi yang melimpah dan menimbulkan permasalahan sosial di wilayah sentra industri konveksi Joho. Tujuan program kemitraan masyarakat (PKM) ini adalah untuk membantu meningkatkan perekonomian keluarga anggota bank sampah 'Berkah' di sentra industri konveksi dan bordir Dusun Joho, Desa Condongcatur, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, Provinsi DIY sekaligus menciptakan wirausaha baru bagi masyarakat nonproduktif yang bertempat tinggal di wilayah tersebut. Kelompok mitra yang menjadi khalayak sasaran pada PKM ini adalah kelompok bank sampah 'Berkah'. Metode yang digunakan untuk menyelesaikan permasalahan dan untuk mencapai target luaran adalah melalui penyuluhan, demonstrasi, praktik dan pendampingan. Hasilnya; (1) aspek umum, peserta sudah memiliki mindset yang sama tentang wirausaha dan termotivasi untuk berwirausaha. (2) Aspek produksi, peserta dilatih untuk membuat berbagai kerajinan/souvenir dan aksesoris. Beberapa hasil produksinya antara lain: aneka bando anak dan dewasa, aneka bros jilbab dalam berbagai ukuran, dalaman jilbab, jepit rambut, pouch dan tas kecil. Selain itu, seluruh peserta sudah memahami pentingnya packaging dan brand dalam menjual hasil produksinya. Beberapa peserta pelatihan sudah memiliki brand dan kemasan untuk produknya. (3) Aspek pemasaran, khalayak sasaran sudah memahami pentingnya pemasaran produk dan promosi melalui media offline dan online.

**Kata kunci:** aksesoris, souvenir, perca, produksi, packaging, pemasaran

## Pendahuluan

Pemberdayaan masyarakat merupakan topik yang banyak dibicarakan dalam menyelesaikan persoalan pengangguran dalam masyarakat. Berdasarkan Setiana (2005), titik berat pemberdayaan masyarakat adalah pentingnya masyarakat lokal yang mandiri sebagai satu sistem yang mengorganisir diri mereka sendiri. Memberikan peran kepada individu bukan sebagai obyek tetapi sebagai subyek pembangunan. Sasaran pemberdayaan masyarakat tidak hanya para kepala keluarga, tetapi perempuan sebagai bagian dari masyarakat juga memiliki potensi besar untuk menjadi subyek yang mendukung kemandirian ekonomi. Jumlah pendapatan yang kurang memadai untuk memenuhi kebutuhan hidup keluarga mendorong banyak perempuan untuk ikut berperan serta menghasilkan pendapatan. Menurut Marwanti dan astuti (2011), perempuan dianggap sebagai kutup penyelamat bagi perekonomian keluarga

dikarenakan oleh berbagai peran perempuan miskin dalam keluarga. Permasalahan yang sering muncul bagi para perempuan di masyarakat adalah tidak dimilikinya ketrampilan yang memadai untuk dapat menghasilkan suatu produk yang dapat meningkatkan nilai jual yang dapat membantu perekonomian keluarga.

Mitra dalam Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini adalah anggota bank sampah 'Berkah' pimpinan Ibu Titoniyah. Kelompok dasawisma Akasia ini berlokasi di Dusun Joho, Desa Condongcatur, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, Provinsi DIY. Bank sampah 'Berkah' terletak di kawasan sentra industri kecil konveksi dan bordir Joho ± 1 km arah barat terminal Condong Catur atau 2 km arah utara kota Yogyakarta. Selain menjadi Ibu rumah tangga, sebagian besar Ibu-Ibu anggota bank sampah bekerja sebagai pekerja tidak tetap pada industri-industri konveksi yang terletak di sentra industri ini. Mereka bekerja jika si pemilik industri memperoleh pesanan, tetapi jika tidak ada pesanan maka Ibu-Ibu ini pun menganggur dan tidak memperoleh penghasilan. Padahal anggota kelompok dasawisma ini sebagian besar masih dalam usia produktif.

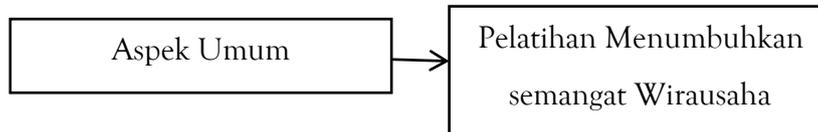
Berdasarkan hasil *survey* dan komunikasi langsung (2018) dengan pimpinan dasawisma dan beberapa anggota dasawisma, dapat disimpulkan bahwa mereka memiliki motivasi yang kuat untuk dapat membantu meningkatkan perekonomian keluarga. Perwakilan khalayak sasaran menyampaikan bahwa motivasi mereka untuk maju terhambat oleh tidak dimilikinya kemampuan dan ketrampilan yang memadai untuk dapat menghasilkan sesuatu/produk yang memiliki nilai jual yang dapat meningkatkan penghasilan mereka.

Keberadaan bank sampah Berkah di sentra industri konveksi Joho sangat berpotensi untuk dapat membuat dan mengembangkan sebuah produk yang berasal dari material yang mudah ditemukan disekitar yang merupakan sisa-sisa material konveksi yang sudah tidak dapat dimanfaatkan. Berdasarkan pada potensi sumberdaya yang ada tersebut, maka peluang usaha yang sangat mungkin dikembangkan adalah usaha kerajinan/*craft* ataupun *souvenir* dengan menggunakan bahan baku sisa-sisa material konveksi yang sudah tidak dimanfaatkan lagi oleh pemiliknya. Anggota bank sampah 'Berkah' berharap besar agar dapat memperoleh ketrampilan yang memadai untuk menghasilkan produk yang memiliki nilai jual dengan memanfaatkan potensi wilayah tempat tinggal mereka. Dengan bekal ketrampilan tersebut, mereka memiliki impian besar untuk dapat meningkatkan perekonomian keluarga.

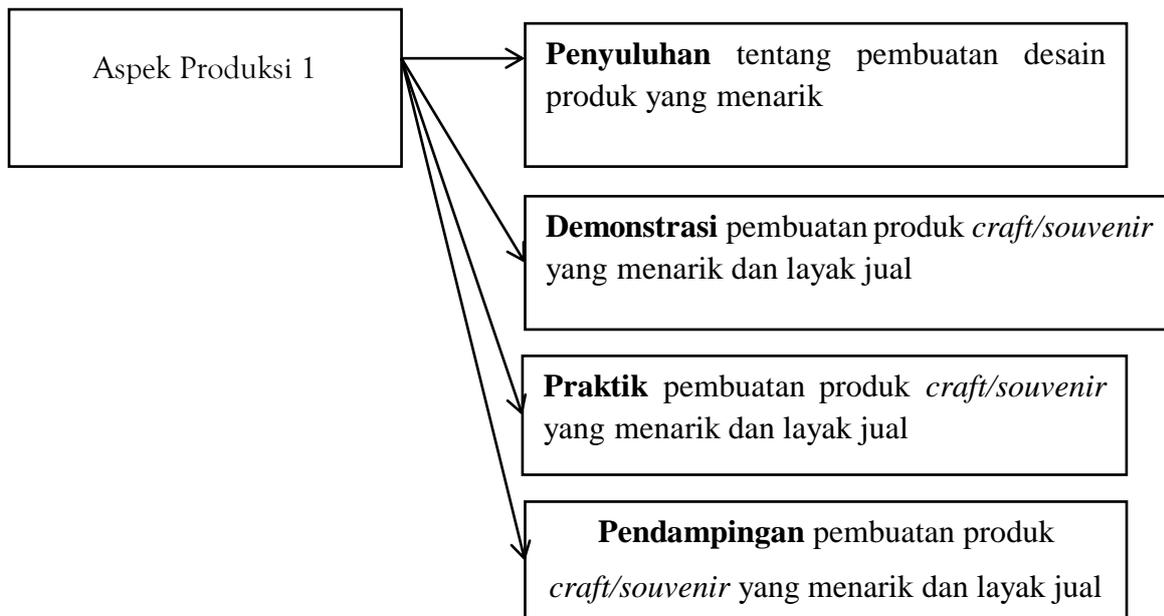
### **Metode Pelaksanaan**

Metode Pelaksanaan yang dilakukan dalam program pengabdian ini adalah melalui penyuluhan, demonstrasi, praktik dan pendampingan. Sebelum dilakukan pelatihan dan pendampingan dilakukan observasi lapangan terhadap khalayak sasaran, terkait kebutuhan pelatihan dan pendampingan yang akan dilakukan, sehingga program yang akan diberikan kepada khalayak sasaran dapat tepat sasaran. Observasi lapangan dilakukan dengan cara pengamatan langsung di lapangan dan wawancara dengan pengelola Bank Sampah Joho yang dianggap memiliki pemahaman yang lebih banyak tentang limbah di Joho.

Program pelatihan dan pendampingan di bidang pemasaran serta keuangan pada anggota bank sampah 'Berkah' meliputi: Penyuluhan Menumbuhkan Semangat Wirausaha, Penyuluhan Pembuatan Desain Produk dan Pembuatan Produk dari Limbah Konveksi, Pelatihan *Packaging* Produk Kerajinan Hasil Olahan Limbah Konveksi dan pentingnya *Brand* dalam penjualan produk serta Penyuluhan Pentingnya Pemasaran produk dan promosi melalui media *offline* dan *online*. Secara rinci tahapan pelatihan dan pendampingan yang dilakukan dalam program pengabdian masyarakat ini, nampak pada *flowchart* 1 dan 2 berikut ini:



*Flowchart 1. Alur Pelatihan Aspek Umum*



*Flowchart 2. Alur Pelatihan dan Pendampingan Aspek Produksi*

Khalayak sasaran yang dituju dalam program pengabdian masyarakat ini adalah anggota bank sampah 'Berkah' di Joho, Condongcatur, Depok, Sleman, Yogyakarta. Kegiatan pengabdian masyarakat ini akan dilakukan dengan melakukan pelatihan, demonstrasi, praktik yang dilanjutkan dengan pendampingan. Menurut Simamora (2001), pelatihan adalah serangkaian aktivitas yang dirancang untuk meningkatkan keahlian, pengetahuan, pengalaman, ataupun perubahan sikap seseorang, sedangkan pengembangan (*development*) diartikan sebagai penyiapan individu untuk memikul tanggung jawab yang berbeda atau yang lebih tinggi. Melalui program pendampingan, khalayak sasaran dapat terbantu untuk menyelesaikan problem yang dihadapi di lapangan.

## Hasil dan Pembahasan

Berikut akan diuraikan hasil dan pembahasan dari program kemitraan masyarakat Ibu-ibu kelompok dasawisma akasia dan anggota bank sampah berkah.

### 1. Penyuluhan Menumbuhkan Semangat Wirausaha

Penyuluhan menumbuhkan semangat wirausaha telah berjalan lancar. Rita Kusumawati, SE., M.Sc Dosen Prodi Manajemen FEB UMY bertindak sebagai narasumber dalam pelatihan ini. Walaupun sebagian besar warga Dusun Joho memiliki usaha konveksi, namun belum semua khalayak sasaran memiliki semangat wirausaha. Banyak dari khalayak sasaran yang melakukan proses bisnis hanya sekedar memenuhi kewajiban untuk membantu suami mereka untuk memenuhi kebutuhan hidup. Oleh karena itu menanamkan mindset sebagai seorang wirausaha dan menumbuhkan semangat wirausaha dipandang penting untuk diberikan kepada Ibu-Ibu peserta pelatihan. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Hendriani dan Nulhaqim (2008) menunjukkan bahwa pelatihan dan pembinaan terbukti berpengaruh signifikan dalam menumbuhkan jiwa wirausaha pada objek penelitian yang diteliti.

Gambar 1 Foto bersama peseta pelatihan usai pelatihan menumbuhkan semangat wirausaha dan pelatihan produksi



Sumber: dokumen penulis

Warga sangat antusias mengikuti pelatihan, khalayak sasaran banyak yang aktif terlibat dalam diskusi. Pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh narasumber sebelum dan sesudah diberikan wawasan wirausaha menunjukkan progress yang positif dari khalayak sasaran. Sebelum pelatihan khalayak sasaran mengaku tujuan dari mereka mengikuti rangkaian pelatihan ini adalah agar bisa mengolah limbah yang ada di gudang rumah mereka belum berfikir jauh kedepan sampai bisa menghasilkan produk yang memiliki daya saing dan dapat survive dalam persaingan.

Setelah penyuluhan, pola fikir tersebut sudah berubah, khalayak sasaran bersemangat untuk tidak hanya bisa mengolah limbah konveksi yang menumpuk di rumah khalayak sasaran

tetapi juga bagaimana produk yang dihasilkan tersebut bisa memiliki nilai jual dan laku keras dipasaran. Rangkaian pelatihan yang akan diberikan dalam program kemitraan masyarakat ini diharapkan akan dapat menghasilkan produk yang memiliki daya saing tersebut. Warga mengaku tertarik untuk mengikuti rangkaian pelatihan dan pendampingan dalam program PKM ini.

## 2. Penyuluhan Pembuatan Desain Produk dan Pembuatan Produk dari Limbah Konveksi

Pelatihan menumbuhkan jiwa dan semangat wirausaha telah selesai dilakukan. Khalayak sasaran sudah memiliki pola pikir dan semangat yang sama untuk menjadikan olahan limbah menjadi produk yang memiliki daya saing. Pelatihan selanjutnya adalah pelatihan pembuatan desain produk dan dan pembuatan produk dari limbah konveksi. Pelatihan ini diberikan oleh Titin Sugiarti Y. Beliau merupakan pelaku usaha olahan limbah dan sekaligus trainer olahan limbah konveksi di ranting maupun cabang 'Aisyiyah dan sering di undang untuk memberikan pelatihan untuk komunitas-komunitas.

Gambar 2 Peserta mengikuti *step by step* proses produksi bando dibantu oleh Narasumber



Sumber: dokumen penulis

Pelatihan dilakukan di Rumah Ibu Titoniyah, Ketua Bank Sampah Joho. Peserta pelatihan sudah diberitahu untuk membawa limbah konveksi yang akan dijadikan produk aksesoris/kerajinan/souvenir. Peralatan dan pernik-pernik tambahan sudah disediakan dan diberikan kepada khalayak sasaran. Pemilik Rumah menyediakan mesin jahit untuk mempraktekkan pembuatan produk yang memerlukan menjahit menggunakan mesin. Pelatihan diawali dengan penjelasan tentang produk yang akan dibuat, kebutuhan alat dan kebutuhan bahan. Setelah mendengarkan penjelasan dari narasumber dimlailan pembuatan desain produk yang akan dibuat dengan mengikuti langkah-langkah yang dijelaskan oleh narasumber. Semua peserta pelatihan mengikuti proses demi proses sampai desain/pola untuk membuat produk jadi. Setelah selesai proes designing/ pembuatan pola produk, dilanjutkan dengan proses pembuatan produk dengan metode yang sama. Narasumber mendemonstrasikan terlebih dahulu setelah itu seluruh peserta pelatihan mempraktikkan

pembuatan produk yang akan dibuat. Seluruh peserta terlibat langsung dalam pembuatan produk olahan limbah ini. Sehingga diharapkan setelah pelatihan, peserta pelatihan dapat mempraktekkan kembali di rumah.

Produk yang berhasil dibuat oleh khalayak sasaran pada penyuluhan produksi ini antara lain: aneka macam bando anak dan remaja, bros, pouch, jepit rambut, tas kecil dan dalaman kerudung (untuk limbak konveksi kaos). Pembuatan produk pouch, tas kecil dan dalaman kerudung memerlukan mesin jahit untuk mempercepat proses produksi, sedangkan untuk produk-produk yang lain lebih banyak menggunakan jarum tangan dan mengandalkan ketelatenan. Pelatihan dalam aspek produksi ini dilakukan sebanyak dua kali dalam hari yang berbeda. Hal ini ditujukan untuk memberikan kesempatan kepada peserta mempraktekkan di rumah dan jika menemui kesulitan bisa berkonsultasi langsung dengan narasumber pada pertemuan selanjutnya. Peserta diberikan tugas untuk membuat produk yang telah diajarkan pada saat pelatihan pada pertemuan selanjutnya, kemudian narasumber melakukan evaluasi terhadap hasil produksi peserta pelatihan. Pada akhir pelatihan produksi, narasumber memberikan masukan dan saran untuk perbaikan produk yang dihasilkan peserta. Narasumber menilai hasil produksi peserta pelatihan sudah dinyatakan layak untuk dijual hanya memerlukan lebih banyak latihan dan melakukan inovasi produk.

Gambar 3 Narasumber mendemonstrasikan cara membuat pouch dengan mesin jahit



Sumber: dokumen penulis

Gambar 4.6 Salah satu peserta pelatihan mempraktekkan membuat pouch didampingi oleh narasumber



Sumber: dokumen penulis

Gambar 4. Hasil Produk Peserta Pelatihan



Sumber: dokumen penulis

### 3. Pelatihan *Packaging* Produk Kerajinan Hasil Olahan Limbah Konveksi dan pentingnya *Brand* dalam penjualan produk

Pelatihan pembuatan produk kerajinan telah diselesaikan dalam dua kali pertemuan, penyuluhan selanjutnya adalah penyuluhan tentang *packaging* dari produk yang telah dihasilkan. Penyuluhan diberikan oleh Alien Akmalia, SE., M.Sc. Dosen Pengajar di Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMY. Pelatihan diberikan kepada khalayak sasaran dengan memaparkan pentingnya *packaging* dan *brand* dalam penjualan produk. Setelah pemaparan materi, khalayak sasaran diberi kesempatan untuk bertanya, berpendapat ataupun mengkonsultasikan kemasan dan *brand* produk yang dihasilkannya. Pada saat pemaparan materi, khalayak sasaran diberikan contoh-contoh kemasan produk aksesoris dan kerajinan yang menarik, sehingga khalayak sasaran memiliki gambaran kemasan dan merek produk yang menarik bagi produk yang dihasilkannya.

Gambar 5 Peserta mengikuti Pelatihan *Packaging* Produk Kerajinan Hasil Olahan Limbah Konveksi dan pentingnya *Brand* dalam penjualan produk



Sumber: dokumen penulis

*Packaging* merupakan hal yang penting dalam memasarkan produk. Berdasarkan Kotler dan Amstrong (2012), mendefinisikan “*Packaging involves designing and producing the container or wrapper for a product*”. Berdasarkan definisi tersebut peranan kemasan tidak hanya sekedar untuk mempercantik produk tetapi juga untuk melindungi produk. Oleh karena itu *packaging* produk merupakan salah satu hal yang wajib dipahami oleh pelaku usaha, terlebih lagi produk yang dihasilkan adalah produk kerajinan/souvenir dan aksesoris. Tampilan yang menarik dan dapat melindungi produk dari kerusakan merupakan hal yang sangat penting, karena *packaging* menjadi salah satu faktor yang di pertimbangkan oleh calon pembeli dalam melakukan keputusan beli.

Gambar 6 Contoh hasil produksi peserta yang telah dikemas dan dengan *Brand*



Sumber: dokumen penulis

Selain kemasan, keberadaan *brand* merupakan hal yang tidak kalah penting. *Brand* atau merek menurut Lamb, Hair, dan McDaniel (2001) adalah suatu nama, istilah, simbol, desain, atau gabungan keempatnya yang mengidentifikasi produk para penjual dan membedakannya dari produk pesaing. Produk yang dijual hendaknya memiliki merek. Begitupula produk dari olahan limbah konveksi yang dihasilkan oleh khalayak sasaran. Masing-masing peserta pelatihan diminta untuk menentukan merek dari produk yang dihasilkannya. Merek tersebut kemudian harus selalu muncul pada kemas produk yang dihasilkan sehingga calon pembeli mudah mengenali produk yang dihasilkan.

Gambar 7 Foto Bersama Peserta Usai Pelatihan *Packaging* dan *Brand*



Sumber: dokumen penulis

#### 4. Penyuluhan Pentingnya Pemasaran produk dan promosi melalui media *offline* dan *online*

Penyuluhan pemasaran dan promosi produk melalui media *offline* maupun *online* merupakan akhir dari rangkaian program kemitraan masyarakat di wilayah Dusun Joho. Pelatihan ini diberikan oleh Yustian Rivaldi, S.E. Peserta pelatihan diberikan pemaparan secara jelas tentang media pemasaran dan promosi. Peserta ditunjukkan cara-cara mengakses atau mendaftarkan produk di beberapa *marketplace* sehingga dapat memperluas pasar. Selain *marketpace*, peserta juga ditunjukkan beberapa trik berjualan melalui media sosial *facebook* dan *instagram*. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Setiawati dan Widyartati (2017) menunjukkan bahwa Strategi Pemasaran online berpengaruh positif terhadap Laba Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Jawa Tengah. Oleh karena itu pemasaran online sangat penting dikuasai oleh pemilik UMKM, karena telah terbukti signifikan dalam meningkatkan laba. Tidak hanya media online saja yang dikenalkan, tetapi juga media offline seperti melalui brosur, leaflet ataupun kartu nama.

Gambar 7 Pelatihan Pentingnya Pemasaran produk dan promosi melalui media *offline* dan *online*



Sumber: dokumen penulis

Usai Pelatihan peserta mulai memahami pentingnya pemasaran dan promosi produk. Promosi melalui media *Offline* dan *Online* sama-sama penting tergantung dari target pasar yang dituju. Khalayak sasaran diminta untuk memikirkan cara memasarkan produk serta media promosi yang akan digunakan, sehingga dapat meningkatkan penjualan.

Selain penyuluhan-penyuluhan tersebut, beberapa kegiatan yang membutuhkan pendampingan difasilitasi dengan program pendampingan. Beberapa warga yang memanfaatkan fasilitas tersebut kebanyakan berkonsultasi masalah brand produk mereka, kemasan, hasil produksi, menanyakan cara pembuatan produk lain yang merupakan pengembangan produk dasar yang telah diberikan ketika penyuluhan, harga yang pantas bagi produk yang dihasilkan khalayak sasaran dan masih banyak lagi. Banyaknya warga yang

menggunakan fasilitas ini menunjukkan antusiasme yang tinggi dari warga untuk dapat terus mengembangkan produk dari olahan limbah tersebut.

### Simpulan

#### 1. Aspek Umum

Khalayak sasaran sudah termotivasi untuk berwirausaha. Mereka sudah memiliki *mindset* yang sama mengenai kewirausahaan, karena dalam penyuluhan sudah dibekali dengan pengetahuan wirausaha yang membuat khalayak sasaran semakin termotivasi untuk berwirausaha.

#### 2. Aspek Produksi

Dalam aspek produksi, peserta pelatihan sudah bisa membuat produk kerajinan/souvenir ataupun aksesoris yang berbahan dasar dari limbah konveksi. Beberapa peserta penyuluhan telah memiliki *packaging* dan merek dari produknya. Namun, masih ada pula yang belum memiliki kemasan yang menarik karena mengaku belum punya waktu untuk memikirkan *brand* untuk produknya, sehingga kemasannya pun juga belum dibuat. Mereka masih fokus untuk memperbanyak produksi.

#### 3. Aspek Pemasaran

Khalayak sasaran sudah memiliki wawasan tentang pemasaran dan pentingnya promosi produk untuk meningkatkan penjualan. Khalayak sasaran sudah mengerti berbagai media *offline* maupun *online*. Meskipun demikian, khalayak sasaran belum berniat untuk menjual produk melalui *marketplace* dan medsos dikarenakan masih fokus untuk memperbanyak produksi. Selain itu, atas permintaan khalayak sasaran, mereka juga masih akan mendiskusikan mengenai cara menjual produk mereka apakah akan dijual secara individu atau secara kelompok dengan menggunakan satu branding. Dasar pemikiran untuk melakukan penjualan secara kelompok ini adalah karena produksi olahan limbah ini adalah bukan *core* bisnis mereka. *Core* bisnis mereka adalah konveksi, dan banyak waktu dihabiskan untuk menyelesaikan pesanan konveksi mereka. Dikhawatirkan ketika mereka berdiri sendiri akan kuwalahan melayani pesanan.

### Ucapan Terima Kasih

Terimakasih kami ucapkan kepada:

6. LP3M UMY dengan skema Program Kemitraan Masyarakat (PKM) yang telah mendanai program pengabdian masyarakat ini dengan no kontrak: 195/SK-LP3M/2019
7. Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY)
8. Anggota Bank Sampah Berkah
9. Mahasiswa magang Prodi Manajemen FEB UMY

10. Pihak-pihak yang telah membantu dalam proses pelaksanaan program pelatihan dan pendampingan pada Anggota Bank Sampah Berkah.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Charles W. Lamb, Joseph F. Hair, Carl McDaniel. 2001. Pemasaran. Edisi pertama. Salemba Empat. Jakarta.
- Hendriani, Susi & Nulhaqim, Soni. A,. Pengaruh Pelatihan dan Pembinaan dalam Menumbuhkan Jiwa Wirausaha Mitra Binaan PT (Persero) Pelabuhan Indonesia I Cabang Dumai. *Jurnal Kependudukan Padjajaran*. Vol. 10. No. 2. Juli 2008.
- Kotler Philip and Gary Armstrong. 2012. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Marwanti, S. & Astuti, D. (2011). Model Pemberdayaan Perempuan Miskin melalui Pengembangan Kewirausahaan Keluarga Menuju Ekonomi Kreatif di Kabupaten Karang Anyar. *SEPA*, Vol 9 NO 1, September 2012.
- Simamora, Henry. 2001. Manajemen Sumberdaya Manusia, Edisi Kedua bagian Penerbit STIE YKPN, Yogyakarta.
- Setiana. L. 2005. Teknik Penyuluhan Dan Pemberdayaan Masyarakat. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Setiawati, Ira & Widyartati, P. (2017). Pengaruh Strategi Pemasaran Online terhadap Peningkatan Laba UMKM. *Bingkai Manajemen*. Pascasarjana (S2) STIE Dharmaputra Semarang.