.

|  |
| --- |
| **Sebelum memulai menyusun artikel, mohon terlebih dahulu mempelajari Guidelines for Author pada link berikut:**  <https://drive.google.com/file/d/1pK73HA3W5hQWnwtGcYS5e99foyFSqe_q/view> |

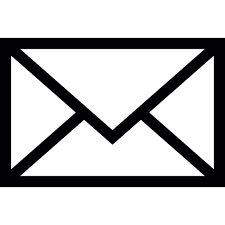
**Pendampingan Penggunaan Platform Marketplace bagi Kelompok Pemulung**

***Assistance in Using the Marketplace Platform for Scavenger Groups***

Lucia Ari Diyani, Kristiana Widiawati, Indra Muis

*Fakultas Bisnis Universitas Bina Insani, Jl. Siliwangi no 6, Rawapanjang, Bekasi, 17114, Indonesia*

|  |
| --- |
| **Article Info:**  Received: 2019-05-24  Revised: 2019-10-19  Accepted: 2020-01-18 |

Corresponding Author: **Lucia Ari Diyani**: Tel. +62 21 88958129 │ E-mail: luciadiyani@binainsani.ac.id

**ABSTRACT**

*A common problem in small-scale industries is the lack of knowledge related to marketing by utilizing digital technology. Based on this, the Community Service activity was carried out with the aim of increasing knowledge of the scavenger groups who are members of the Tunas Mulia Foundation. Tunas Mulia Foundation is a foundation that houses a group of scavengers in the Bantar Gebang Integrated Waste Management Site, Bekasi. Community Service activities are carried out in the form of training and assistance in using sales applications through the marketplace platform. The purpose of this activity is to help increase the income of scavenger families by expanding the market through digital technology to increase sales. The method used in this training is the presentation of the material in the classroom at the Foundation's location. The material is given by the lecturer as a resource person and then direct practice in making the platform is assisted by students as participant companions. A total of 40 scavengers who participated in the mentoring were divided into two classes. Community Service activities are carried out for half a month, starting on December 14-30 2021. The results of this activity very satisfying the participants, as seen from the results of the satisfaction questionnaire that this mentoring activity has increased the ability of participants to market their products through the marketplace and has been proven to increase income, family significantly.*

***ABSTRAK***

Permasalahan yang umum terjadi pada industri skala kecil adalah persoalan minimnya pengetahuan terkait pemasaran dengan memanfaatkan teknologi digital. Berdasarkan hal tersebut, kegiatan PkM (Pengabdian kepada Masyarakat) ini dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan pengetahuan terhadap kelompok pemulung yang tergabung di Yayasan Tunas Mulia. Yayasan Tunas Mulia adalah yayasan yang menaungi kelompok pemulung di lingkungan Tempat Pengelolaan Sampah Terpadu (TPST) Bantar Gebang, Bekasi. Kegiatan PkM dilakukan dalam bentuk pelatihan dan pendampingan penggunaan aplikasi penjualan melalui *platform marketplace*. Tujuan kegiatan ini untuk membantu meningkatkan pendapatan keluarga pemulung dengan cara memperluas pasar melalui teknologi digital untuk meningkatkan penjualan. Metode yang digunakan dalam pelatihan ini adalah pemaparan materi di dalam kelas di lokasi Yayasan tersebut. Materi diberikan oleh dosen sebagai pemateri dan selanjutnya praktik langsung dalam pembuatan platform dibantu oleh mahasiswa sebagai pendamping peserta. Total pemulung yang mengikuti pendampingan sebanyak 40 dan terbagi menjadi dua kelas. Kegiatan PkM dilakukan selama setengah bulan, mulai tanggal 14-30 Desember 2021. Hasil dari kegiatan ini sangat memuaskan peserta, seperti yang terlihat dari hasil kuesioner kepuasan bahwa kegiatan pendampingan ini telah meningkatkan kemampuan peserta dalam memasarkan hasil produksinya melalui *marketplace* dan terbukti meningkatkan pendapatan keluarga secara signifikan.

***Keywords****: sales applications*; *platform; marketplace*

*© 2020 Published by University of Merdeka Malang.*

*This is an open access article distributed under the CC BY-SA 4.0 license*

*(*[*https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/*](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)*)*

***How to cite***: Ramadhan, A., Lelo, L., & Rasyid, R. (2020). Judul Harus Informatif, Akurat, Substantif (Tidak Rancu/Tanpa Penafsiran Lain), Ringkas (Singkat dan Padat). *Abdimas:* *Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang, 5*(1), xxx-xxx. <https://doi.org/10.26905/abdimas.v5i1.3083>

1. **PENDAHULUAN**

Tempat Pengelolaan Sampah Terpadu (TPST) Bantargebang berlokasi di Kelurahan Ciketing Udik, Kelurahan Cikiwul dan Kelurahan Sumur Batu, Kecamatan Bantargebang Kota Bekasi. TPST menempati luas area 110,3 Hektar, terdiri dari luas efektif 81,91 % dan sisanya 18,09% untuk prasarana seperti Jalan masuk, Jalan Kantor dan Instalasi Pengolahan Lindi. TPST terbesar di Asia ini beroperasi sejak tahun 1989. Lokasi ini menjadi muaranya sampah warga Ibukota. Setiap hari terdapat 7.000-8.000 ton sampah dikirim dari seluruh wilayah Jakarta dengan 1.300-an truk sampah. (sumber: <https://upstdlh.id/tpst/index>)

Keberadaan TPSP memiliki daya tarik bagi para pemulung yang setiap hari mengais sampah mencari barang-barang seperti botol plastik, kardus, besi dan sebagainya untuk dikumpulkan dan dijual kepada pengepul. Menariknya, pemulung ini berasal dari beberapa daerah di sekitar Jawa Barat dan mereka membawa serta keluarganya dan menempati rumah-rumah yang tidak sepenuhnya layak untuk dihuni di sekitar lokasi TPSP. Adanya pemulung yang berkeluarga dan beranak pinak membuat kelompok pemulung menjadi semakin bertambah banyak jumlahnya. Hal ini menimbulkan banyak permasalahan, diantaranya permasalahan ekonomi keluarga.

Adanya kelompok pemulung, membuat munculnya sebuah yayasan yaitu yayasan Tunas Mulia yang menaungi kelompok pemulung di lingkungan tempat pengelolaan sampah terpadu (TPST) Bantar Gebang, Bekasi. Yayasan ini antara lain bertujuan untuk membantu perbaikan atau peningkatan pendapatan keluarga pemulung. Yayasan Tunas Mulia mempunyai unit usaha diantaranya adalah perkebunan markisa dan produksi minuman dari buah Markisa, peternakan burung puyuh dan burung puyuh goreng, serta aneka kerajinan tangan. Penjualan hasil produksi dijual di Koperasi yang berlokasi lingkungan TPST Bantar Gebang serta dikelola oleh para pemulung itu sendiri. Penjualan sepenuhnya dilakukan secara konvensional, dipajang di warung atau Koperasi. Potensi pasar yang dapat dijangkau hanyalah berasal dari lingkungan TPSP Bantar Gebang.

Permasalahan yang dihadapi industri kecil dan menengah pada umumnya adalah masalah pemasaran yang terkendala pengetahuan akan marketing secara online. (Opan, 2018). Kepercayaan konsumen e-commerce di Indonesia sangat dipengaruhi oleh kualitas website dan susunan keamanan yang tersaji melalui website, sedangkan reputasi vendor melalui website tidak signifikan mempengaruhi konsumen untuk bisa lebih percaya pada suatu vendor toko online fashion.(Pujastuti et al., 2015). Pada upaya pendampingan *online selling*, peserta menunjukkan antusias untuk melakukan proses migrasi sistem penjualan dari pendekatan konvensional menuju pendekatan digital yakni dengan melakukan *online selling* pada *platform digital*. (Huda, 2021).

Beberapa kegiatan pengabdian yang dilakukan sebelumnya telah membuktikan bahwa pelatihan penjualan secara online terbukti dapat meningkatkan penjualan. Dalam masa pandemi yang panjang diakhir tahun ke-dua ini, penjualan secara online juga merupakan salah satu solusi yang bermanfaat sebagai pencegahan penularan covid-19. (Budiyanto et al., 2020). Bahwa pemanfaatan media sosial sangat membantu UMKM untuk bertahan hidup dalam masa pandemi juga dinyatakan oleh (Syifa et al., 2021), (Supriyani & Untari, 2021), (Candra et al., 2021), (Zai, 2021), (Muyassarah et al, 2021) dan (Wisataone, 2021).

Pengabdian yang dilakukan (Qurrata et al., 2021) mengenai pelatihan pemasaran digital, hasilnya adalah tingkat pemesanan meningkat 60 persen, serta meluasnya jaringan pemasaran melalui media sosial. Begitu pula pengabdian kepada pengrajin dibidang *digital marketing* yang dilakukan(Hidayah et al., 2021)*,* salah satu hasil yang dicapai yaitu terdapat peningkatan penjualan karena adanya *online shop*. Kegiatan serupa dilakukan oleh (Sofiyana, 2021). Hasil dari pengabdian yang dilakukan adalah mitra memiliki pemahaman menggunakan internet sebagai sarana pemasaran. Mitra juga memiliki kemampuan dalam memasarkan produk dengan menggunakan media sosial yaitu Facebook dan Instagram. Begitu pula hasil pengabdian (Wardani, 2019), (Irianti et al., 2021), (Sule M.I.S. & Siswanto, 2021), (Sule M.I.S. & Siswanto, 2021) dan (Septiningrum et al., 2020) yang semuanya menunjukkan hasil yang bermakna sama.

Atas dasar pengalaman, manfaat dan hasil kegiatan pelatihan dalam pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan sebelumnya, serta mempelajari permasalahan mitra saat penjajakan di pertemuan pertama, maka kegiatan PkM yang bertujuan untuk memberikan solusi atas permasalahan mitra, dirancang dengan ilustrasi desain kegiatan pengabdian seperti dalam gambar 1.

**Gambar 1**. Desain Kegiatan Pengabdian

Secara garis besar, kegiatan pengabdian dimulai dari mendengarkan permasalahan yang dihadapi para pemulung dalam memasarkan produk-produknya. Permasalahan mitra yang utama adalah minimnya tingkat pendidikan, minimnya pengetahuan teknologi dibidang digital marketing serta kesulitan menjangkau pasar yang lebih luas. Setelah mengetahui permasalahan mitra, kegiatan pengabdian dilakukan dengan tujuan untuk memberikan solusi terhadap permasalahan penjualan agar dapat memanfaatkan teknologi menggunakan *platform marketplace*. Pada tahap pelaksanaan, aktivitas yang dilakukan meliputi pelatihan, praktik dan pendampingan.

Dengan permasalahan yang dihadapi mitra dan kondisi penjualan secara konvensional tersebut, maka tujuan kegiatan dari pengabdian kepada masyarakat (PkM) ini adalah memberikan pelatihan kepada masyarakat sekitar TPSP Bantar Gerbang khususnya untuk para pemulung dalam asuhan Yayasan Tunas Mulya. Melalui Bantuan Pendanaan Program Penelitian Kebijakan Merdeka Belajar Kampus Merdeka dan Pengabdian Kepada Masyarakat Berbasis Hasil Penelitian Perguruan Tinggi Swasta tahun 2021, kegiatan pengabdian dapat terlaksana.

Adapun pelatihan yang diberikan adalah tentang pemanfaatan teknologi dalam pemasaran suatu produk secara online dengan menggunakan *marketplace.* Dimulai daripelatihan cara memfoto produk yang baik, cara mengunggah produk sampai cara melakukan strategi-strategi dalam memasarkan produk yang ada di Yayasan Tunas Mulia. Penjualan secara online atau *e-commerce* dapat dimanfaatkan untuk memaksimalkan keuntungan karena dapat menjangkau pasar lebih luas tanpa batasan waktu dan tempat. Banyak jenis e-commerce yang berkembang di Indonesia. *E-commerce* jenis *marketplace* adalah jenis *e-commerce* yang sangat berkembang di Indonesia. *Marketplace* yang ada di Indonesia antara lain shopee, tokopedia, bukalapak, lazada, blibli, instagram dan sebagainya. Pelatihan ini dilakukan dengan memilih menggunakan *market place shopee,* tokopedia dan instagram.Dengan adanya penjualan secara online, maka produk yang dijual diharapkan dapat lebih mudah dijangkau banyak orang.

1. **METODE**

Pengabdian kepada masyarakan ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan *Participatory Action Research* (PAR). Pendekatan PAR adalah bentuk aktivitas dengan melibatkan secara aktif semua pihak yang berkepentingan. (Huda, 2021). Keterlibatan semua pihak ini diperlukan dengan menggunakan pengalaman mereka sendiri sebagai contoh kasus. Tujuannya untuk melakukan perubahan metode menjadi lebih baik. Adapun pelaksanaan kegiatan kurang lebih selama 15 hari kerja, yaitu tanggal 14-30 Desember 2021. Metode pelaksanaan dilakukan melalui pelatihan, praktik dan pendampingan. Lokasi kegiatan di Yayasan Tunas Mulia (YTM), Tempat Pengelolaan Sampah Terpadu (TPST) Bantargebang, Kelurahan Ciketing Udik, Kelurahan Sumur Batu, Kecamatan Bantar Gebang Kota Bekasi. Adapun waktu pelaksanaan setiap hari Senin-Sabtu, pukul 13.00-17.00 WIB.

**Pelatihan**

Dari 15 hari kerja pelatihan, pada hari pertama dilakukan perkenalan dan penjajakan. Selanjutnya pada hari ke 2 (dua) sampai ke 4 (empat) dilakukan sharing oleh pemateri dengan cara ceramah di depan kelas kepada para peserta. Peserta yang terdiri atas pemulung dan keluarganya mendengarkan bagaimana cara memfoto produk agar terlihat menarik, cara menuliskan informasi terkait produk, dan cara memilih serta mendaftar di marketplace. Peserta terlihat antusias dengan banyak bertanya dan diskusi.

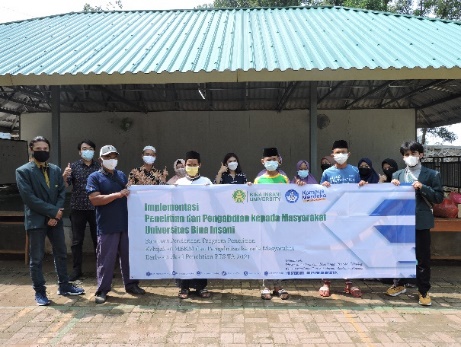
**PraktIk**

Pada hari ke 5 (lima) sampai ke 8 (delapan), metode praktik dilakukan agar peserta pelatihan dapat secara langsung mengaplikasikan pengetahuan hasil pelatihan menggunakan metode presentasi dan tanya jawab. Pemateri membantu peserta pelatihan dengan memberikan beberapa contoh yang pernah diterapkan. Metode praktik yang dilaksanakan dengan dibantu mahasiswa untuk dapat menunjukkan proses dari praktik yang sedang dilakukan (Muhsinin et al., 2019). Praktik dilakukan pada hari ke-empat sampai ke-7 dengan cara melakukan pengumpulan produk, mengemas produk semenarik mungkin, memilih produk yang akan difoto, meilih hasil foto terbaik, mencoba aplikasi shopee, tokopedia dan instagram, mengunggah foto produk, menginput data dan memasarkan secara online. Kegiatan ini dipimpin dosen dan didampingi oleh beberapa mahasiswa yang membantu pelaksanaan praktik.

**Pendampingan**

Pada tahap ini produk telah dipasarkan dan peserta didampingi untuk menerima pesanan, menyiapkan produk untuk dikirim dan menerima pembayaran. Dalam pemasaran secara online, kepercayaan dari pembeli mampu memediasi hubungan reputasi dan minat beli. (Kusumawati & Diyani, 2021). Oleh sebab itu sangatlah penting menjaga reputasi dari produk yang dipasarkan secara online. Pendampingan yang dilakukan pada hari ke 9 (sembilan) sampai hari ke 14, dimaksudkan agar peserta benar-benar dapat menjaga reputasi dengan cepat menanggapi pesanan yang masuk secara online.

Gambar saat kegiatan PkM pada saat pelatihan, praktik maupun pendampingan terhadap para pemulung, ditampilkan sebagai berikut:



**Gambar 2**. Suasana Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

**Rancangan evaluasi**

Pengabdian yang dilakukan melalui pelatihan, praktik dan pendampingan ini memiliki 10 kriteria untuk mengukur keberhasilan mapun kepuasan peserta. Penilaian dilakukan melalui:

1. Penyajian materi pelatihan mudah dipahami
2. Pencapaian sasaran program pelatihan.
3. Efisiensi penggunaan waktu pelatihan
4. Kesesuaian metode pelatihan yang digunakan
5. Kemampuan pemateri dalam menyampaikan materi
6. Kemampuan pemateri menguasai kelas
7. Kemampuan pemateri menghidupkan suasana pelatihan
8. Kemampuan pendamping membantu peserta pelatihan
9. Kemampuan pendamping menguasai pertanyaan peserta
10. Kemampuan pendamping menghidupkan suasana pelatihan

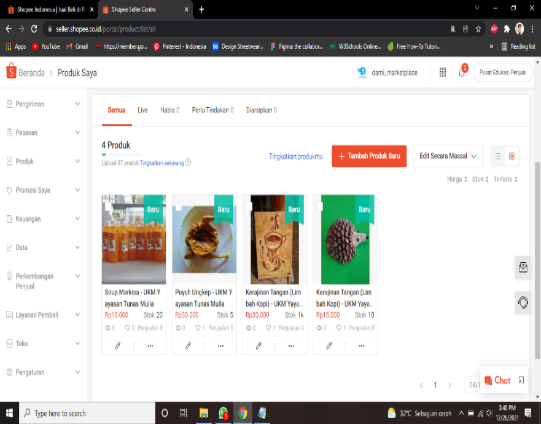
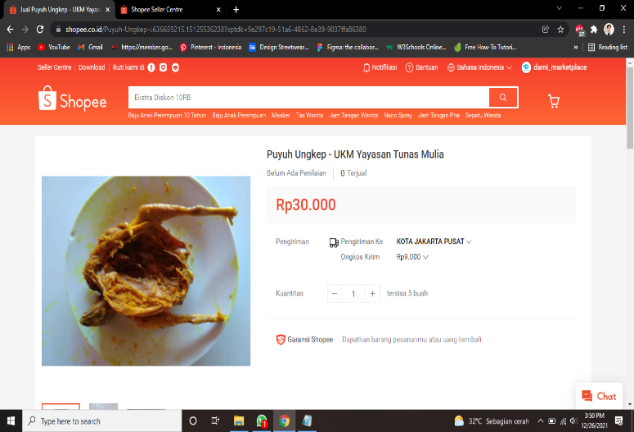
Keberhasilan kegiatan maupun kepuasan peserta pelatihan dapat terlihat dari hasil angket yang disebarkan. Dalam setiap kegiatan, pemateri selalu didampingi mahasiswa yang bertindak sebagai asisten yang membantu mendampingi para pemulung sehingga kegiatan dapat berjalan lancar.

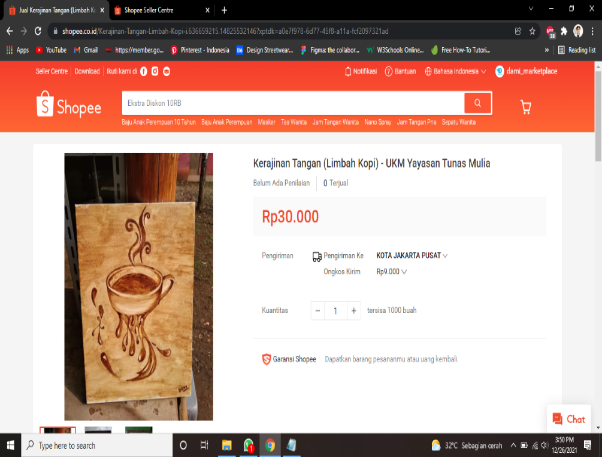
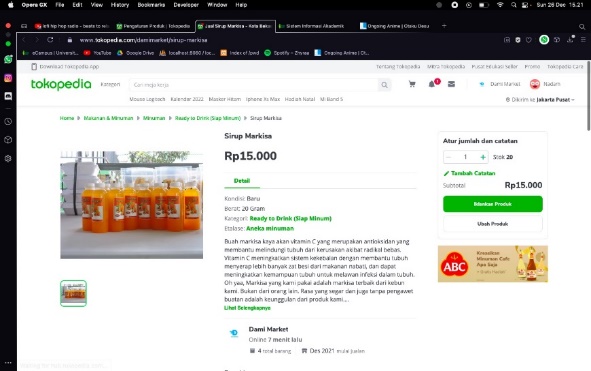
1. **HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Hasil**

Pengabdian telah dilaksanakan dalam 15 kali pertemuan setiap hari Senin sampai Sabtu pukul 13.00-17.00 wib. Pelaksanaan dilakukan setengah hari karena pada pagi hari pemulung sibuk dengan pekerjaannya. Anak-anak pemulung yang mengikuti kegiatan juga ada yang masih bersekolah sehingga pemilihan waktu pelatihan siang hari dapat diikuti lebih banyak peserta.

Hasil pelatihan dan pendampingan ini adalah berhasil dipasarkannya produk-produk hasil bisnis usaha para pemulung di lingkungan Yayasan Tunas Mulia Bantar Gebang melalui aplikasi online berbasis *platform marketplace* yaitu shopee, tokopedia dan instagram. Berikut hasil pendampingan yang telah dilakukan dan diimplementasikan oleh kelompok pemulung di lingkungan Yayasan Tunas Mulia seperti tampak dalam gambar 3:

**** 

**Gambar 3**. Bukti pemasaran melalui *marketplace*

Sebelum pemasaran melalui *platform marketplace* berhasil dilakukan, tahapan pelaksanaan pengabdian adalah sebagai berikut:

**Tahapan pelaksanaan**

**Penjajakan**

Pada tahap penjajakan, tim PkM berkunjung ke lokasi TPST Bantar Gebang guna memperkenalkan diri kepada pengurus yayasan dan sekelompok pemulung yang akan mengikuti pelatihan. Dalam pertemuan awal ini, diperoleh gambaran hasil perkebunan markisa, perkebunan singkong, perkebunan pisang, hasil peternakan burung puyuh dan hasil-hasil produksinya seperti minuman markisa, keripik pisang, keripik singkong, buruh puyuh goreng serta hasil produksi kerajinan dari bahan daur ulang yang dibuat oleh keluarga pemulung. Selain mengenal hasil-hasil usaha para pemulung, tim pengabdian menampung semua permasalahan terkait produksi dan pemasaran yang disampaikan kelompok pemulung dan kemudian mendata permasalahan yang terjadi. Dalam penjajakan inilah dapat diketahui permasalahan mitra yang dapat dibantu solusinya oleh tim. Gambar 4 menampilkan suasana saat penjajakan di lokasi Yayasan Tunas Mulia, Bantar Gebang.

 ****

**Gambar 4**. Suasana Tahapan Penjajakan

**Pemilihan produk yang akan dipasarkan secara online**

Yayasan Tunas Mulia memliki beragam produk yang diproduksi sendiri dan dipasarkan melalui Koperasi Yayasan. Konsep penjualan yang dilakukan adalah penjualan secara konvensional dengan cara pembeli datang langsung ke Koperasi yang ada di lingkungan tempat tinggal pemulung di TPST Bantar Gebang. Hasil produksi yang tersedia antara lain minuman markisa, keripik pisang, keripik singkong, buruh puyuh goreng serta hasil produksi kerajinan dari bahan daur ulang. Pada tahap pertama dipilih beberapa produk yang akan dipasarkan secara online. Pertimbangan pemilihan produk lebih kepada jaminan ketersediaan bahan baku, kepraktisan pengolahan, kemudahan pengemasan dan merupakan produk yang sangat dibutuhkan masyarakat sehingga dapat diharapkan bernilai jual. Apabila pemasaran online dianggap berhasil, maka tahap selanjutnya akan dicoba memasarkan produk-produk lainnya dan menambah *platform market place.*

**Desain kemasan dan pemotretan**

Tahap desain kemasan dan pemotretan ini bertujuan untuk menambah kemampuan peserta khususnya dalam mempersiapkan produk agar terlihat menarik untuk dipotret. Pemilihan bentuk dan warna kemasan perlu dipersiapkan. Begitu latar belakang, cahaya dan sudut pemotretan.

**Pemilihan *platform markeplace* dan mempelajari cara mengunggah**

Para peserta berdiskusi untuk mendapatkan kesepakatan menentukan *platform marketplace* yang akan digunakan untuk memasarkan produk mereka. Dalam tahap ini sekaligus mempelajari segala hal terkait pamasaran online, mulai dari mendownload aplikasi, mengunggah sampai cara manangani apabila terdapat pesanan.

**Pemilihan pengurus yang bertanggung jawab menangani penjualan online**

Dalam tahap pemilihan pengurus, ditunjuk beberapa nama untuk menjadi penanggung jawab beberapa fungsi. Penunjukan ini masih bersifat sementara untuk dievaluasi kemudian. Ada yang ditunjuk sebagai operator penanggung jawab setiap platform yang dipilih, ada yang ditunjuk sebagai bendahara, bagian pemasaran, bagian penerima pesan, bagian pengemasan, serta bagian administrasi umum.

***Review***

Pada tahap review, semua peserta berkumpul dan menyampaikan permasalahan atau kendala yang muncul dalam menggunakan *platform marketplace*. Dengan dibimbing oleh tim, maka dicari solusi untuk mengatasinya. Review terbagi dalam 3 (tiga) hal yaitu (1) review keberhasilan pemasaran online, (2) review terkait penetapan penanggung jawab pemasaran online dan (3) review yang dilakukan untuk mengetahui kepuasan peserta pelatihan. Review keberhasilan pemasaran online terlihat bahawa penjualan meningkat dibandingkan dengan penjualan sebelumnya yang dilakukan secara konvensional. Namun masa pengamatan yang sangat pendek belum dapat digunakan untuk menetapkan persentase peningkatan penjualan karena setiap harinya masih terdapat fluktuasi penjualan. Untuk review terkait penetapan penanggung jawab pemasaran dilakukan sekaligus pada saat penutupan kegiatan pengabdian. Sedangkan review atas kepuasan peserta pelatihan, yang sebelumnya disebarkan melalui angket, dibahas pada akhir pembahasan. Manfaat angket ini untuk masukan perbaikan bagi tim dalam melaksanakan kegiatan pengabdian selanjutnya.

**Penutupan**

Acara penutupan dilakukan pada akhir kegiatan. Berlokasi di Yayasan Tunas Mulia di Tempat Pengelolaan Sampah Terpadu (TPST) Bantargebang Bekasi dengan dihadiri semua peserta pelatihan dan segenap tim pengabdian. Dalam acara penutupan ini sekaligus disahkan kepengurusan resmi yang bertanggung jawab menangani penjualan online.

**Materi kegiatan**

Materi yang disampaikan dalam kegiatan pengabdian pada masyarakat di Yayasan Tunas Mulia ini maerupakan materi kelanjutan dari kegiatan pengabdian sebelumnya yang berfokus pada pembuatan logo atau gambar dan tulisan pada kemasan. Seperti dalam penjelasan sebelumnya, kegiatan pengabdian terbagi dalam 3 (tiga) aktifitas yaitu pelatihan, praktik dan pendampingan yang dilakukan selama 15 hari kerja. Adapun rincian pelaksanaan adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.** Jadwal pertemuan kegiatan pelatihan

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Pertemuan 1** |  | |
| Aktifitas | | * Perkenalan dan penjajakan * Para pemulung menyampaian permasalahan pemasaran * Mendata produk-produk yang dipasarkan secara konvensional * Penentuan tanggal pelaksanaan pengabdian dan durasi kegiatan | |
| Tujuan | | * Saling memperkenalkan diri, baik dari tim kegiatan maupun tim calon peserta pelatihan * Tim pengabdian mengetahui permasalahan mitra * Tim pengabdian mengetahui berbagai produk yang akan dipasarkan secara online * Saling menyiapkan segala keperluan agar siap pada tanggal pelaksanaan | |
| **Pertemuan 2-4** | **Aktifitas Pelatihan** | |
| Aktifitas | * Sharing oleh pemateri dengan cara ceramah terkait pemasaran online * Sharing oleh pemateri dengan cara memfoto produk agar terlihat menarik * Sharing cara menuliskan informasi terkait produk * Sharing cara memilih serta mendaftar di marketplace | |
| Tujuan | * Peserta mengetahui cara pemasaran secara online * Peserta mengetahui cara memfoto produk agar terlihat menarik * Peserta mengetahui cara menuliskan informasi terkait produk * Peserta mengetahui cara memilih serta mendaftar di marketplace | |
| **Pertemuan 5-8** | **Aktifitas Praktik** | |
| Aktifitas | * Pemateri memberikan beberapa contoh yang pernah diterapkan * Pemateri menunjukkan proses dari praktik yang sedang dilakukan * Peserta diminta melakukan pengumpulan/ pendataan produk * Peserta berlatih mengemas produk semenarik mungkin * Pemateri menunjukkan cara memilih produk yang akan difoto * Pemateri menunjukkan cara memilih hasil foto terbaik * Pemateri memberikan contoh mencoba aplikasi shopee, tokopedia dan instagram * Pemateri menunjukkan cara mengunggah foto produk * Pemateri memberikan contoh menginput data dan memasarkan secara online | |
| Tujuan | * Peserta mendapatkan gambaran dari contoh yang pernah diterapkan * Peserta mendapatkan gambaran proses dari praktik yang sedang dilakukan * Peserta mempunyai data produk yang tertulis rapi * Peserta mampu mengemas produk semenarik mungkin * Peserta mampu memilih produk yang akan difoto * Peserta mampu memilih hasil foto terbaik * Peserta mampu mencoba aplikasi shopee, tokopedia dan instagram * Peserta mampu mengunggah foto produk * Peserta mampu menginput data dan memasarkan secara online | |
| **Pertemuan 9-14** | **Aktifitas Pendampingan** | |
| Aktifitas | * Memantau produk yang telah dipasarkan * Mendampingi menerima pesanan * Mendampingi saat menyiapkan produk untuk dikirim dan menerima pembayaran | |
| Tujuan | * Mengetahui reaksi pasar terhadap produk yang telah dipasarkan * Merespon dengan cepat saat ada pesanan * Menjaga reputasi dengan cepat menyiapkan produk untuk dikirim | |
| **Pertemuan 15** | **Penutupan** | |
| Aktifitas | * Peserta berkumpul dan menyampaikan permasalahan atau kendala * Review terhadap personil yang ditunjuk sebagai penanggung jawab * Review angket kepuasan terhadap kegiatan pengabdian | |
| Tujuan | * Untuk mencari solusi atas permasalahan dan dapat mengatasi kendala * Untuk menetapkan pengesahan personil yang bertanggung jawab * Untuk masukan perbaikan bagi tim dalam melaksanakan kegiatan pengabdian selanjutnya | |

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan selama 15 hari berturut-turut dengan berisi aktifitas yang padat. Setalah hari pertama yang diisi dengan perkenalan, pada prinsipnya kegiatan pengabdian ini terbagi dalam 3 (tiga) akfitas yaitu pelatihan, praktik dan pendampingan seperti terlihat dalam tabel 1. Berikut foto-foto saat kegiatan:

**Gambar 5**. Suasana Saat Aktifitas Praktik

Aktifitas pelatihan dan praktik merupakan aktiftas yang sangat penuh dengan antusiasme peserta. Peserta selalu hadir tepat waktu meskipun harus meluangkan waktu di tengah jam kerjanya. Hal ini disebabkan keianginan untuk berubah ke arah yang lebih maju sehingga dapat memasarkan produknya secara online. Seperti yang terjadi pada UMKM, usaha yang dikelola para pemulung ini juga sangat terdampak pandemi covid-19. Praktik memotret produk dan memilih tulisan yang akan disertakan dalam produk ternyata merupaka hal yang sangat baru bagi peserta. Namun demikian, peserta justru merasa terhibur dengan suasana yang kadang lucu penuh tawa mentertawakan hasil foto. Gambar 6 berikut merupakan hasil desain foto dan informasi yang tertulis di produk yang dibuat kelompok pemulung.

**Gambar 6**. Hasil Latihan Mendesain Foto

Pada tahap terakhir yaitu pendampingan, beberapa produk telah berhasil dipasarkan melalui platform marketplace Tokopedia, Shopee dan Instagram. Pada tahap ini, kelompok pemulung masih terus didampingi oleh tim pengabdian agar dapat terorganisir pembagian tugasnya saat ada pesanan masuk. Penanggung jawab yang telah disusun sebelumnya yaitu fungsi operator penanggung jawab setiap platform, bendahara, bagian penerima pesan, bagian pengemasan, serta bagian administrasi umum masing-masing bekerja sesuai fungsinya namun tetap saling membantu apabila ada hal yang tidak tertangani dengan baik. Kondisi ini diamati, dipelajari dan dicatat apabila ada bagian lain yang perlu dibantu atau perlu alokasi waktu yang lebih lama dibanding fungsi lainnya. Perlunya diamati dan dipelajari adalah agar dapat dilakukan perbaikan dan dicari format yang lebih pas. Pada gambar 7 diperlihatkan tampilan Instagram dan Tokopedia.

**Gambar 7**. Contoh Tampilan Instagram dan Tokopedia

**Pembahasan**

Kegiatan pengabdian ini tentu memberikan kebermanfaat bagi pihak-pihak terkait. Beirkut manfaat yang diperoleh sebagai *outcome* dari pelaksanaan kegiatan pengabdian.

**Manfaat Hasil Pengabdian Masyarakat**

Manfaat hasil kegiatan Pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan di Yayasan Tunas Mulia antara lain (1) memberikan solusi bagi para pemulung atas masalah yang dihadapi terkait kesulitan pemasaran. (2) mengenalkan pada kegiatan penjualan secara online melalui aplikasi marketplace yaitu tokopedia, shopie, dan instagram. (3) Peningkatan keterampilan dalam menggunakan aplikasi digital marketing dan e-commerce. (4) Produk usaha bisa dikenal oleh masyarakat luas. (5) Membantu meningkatkan penjualan

**Dampak Ekonomi dan Sosial**

Kegiatan pendampingan penggunaan aplikasi penjualan melalui *platform marketplace* untuk aktifitas bisnis bagi kelompok pemulung di lingkungan Yayasan Tunas Mulia memberikan dampak ekonomi dan sosial. (1) Dampak ekonomi yang bisa dirasakan adalah bisnis usaha yang telah ada bisa tingkatkan melalui aplikasi *e-commerce* berbasis *market place* serta memberikan peningkatan pada pendapatan bagi kelompok pemulung di lingkungan Yayasan Tunas Mulia. (2) Dampak Sosial adalah meningkatkan status sosial karena kelompok pemulung yang selama ini dianggap sebelah mata oleh masyarakat, tetapi setelah memiliki keterampilan baru dan memiliki jiwa enterpreneur, para pemulung menjadi percaya diri.

**Kontribusi terhadap Sektor Lain**

Kontribusi terhadap sektor lain dari pelaksanaan kegiatan pengabdian ini adalah mengurangi tingkat kemiskinan melalui meningkatnya pendapatan dari kelompok pemulung di lingkungan Yayasan Tunas Mulia, di Bantar Gebang. Peningkatan lainnya juga membantu meningkatnya sektor industri kreatif melalui hasil usaha yang dihasilkan oleh kelompok pemulung seperti hasil ketarampilan daur ulang, pemanfaat limbah kopi menjadi peluang usaha.

**Kendala/Hambatan**

Adapun kendala atau hambatan yang dihadapi pada pelaksanaan kegiatan pengabdian melalui progam bantuan pendanaan program penelitian kebijakan merdeka belajar kampus merdeka dan Pengabdian Masyarakat berbasis Hasil Penelitian adalah sebagai berikut: (1) Waktu pendampingan yang sangat terbatas dan harus menyesuaikan kegiatan dari tim pelaksana dengan mitra. (2) Minimnya pengetahuan mitra dalam mengoperasikan teknologi sehingga membutuhkan waktu yang lebih lama agar mitra menjadi lebih terampil.

**Tindak lanjut**

Sesuai dengan kendala atau hambatan yang telah dijelaskan maka sebagai tindak lanjut dari kegiatan pengabdian pendampingan bagi kelompok pemulung adalah sebagai berikut (1) Melakukan penjadwalan pendampingan untuk tahap selanjutnya. (2) Pendampingan dilakukan secara berkelanjutan sampai terjadi perubahan yang signifikan terhadap keterampilan menjual secara manual dan online melalui

apliksi penjualan.

**Pembahasan atas Keberhasilan dan Tingkat Kepuasan peserta**

Kegiatan pengabdian yang dilakukan melalui pelatihan, praktik dan pendampingan dengan 10 kriteria untuk mengukur keberhasilan mapun kepuasan peserta, diukur dengan menggunakan skala likert 1-5 dengan kriteria: 1=tidak puas, 2=kurang puas, 3=cukup puas, 4=puas, 5=sangat puas. Angket kuesioner disebarkan kepada para peserta pelatihan pada hari terakhir pendampingan. Setelah dilakukan olah data, hasil yang didapat atas 10 kriteria penilaian tampak dalam gambar 4 berikut:

**Gambar 4**. Diagram Tingkat Kepuasan Peserta

Penjelasan atas diagram pada gambar 4 adalah sebagai berikut:

1. Penyajian materi pelatihan mudah dipahami

Peserta yang sangat puas 52%, puas=42%, cukup puas=6%

1. Pencapaian sasaran program pelatihan

Peserta yang sangat puas 55%, puas=45%

1. Efisiensi penggunaan waktu pelatihan

Peserta yang sangat puas 50%, puas=44%, cukup puas=6%

1. Kesesuaian metode pelatihan yang digunakan

Peserta yang sangat puas 56%, puas=40%, cukup puas=4%

1. Kemampuan pemateri dalam menyampaikan materi

Peserta yang sangat puas 51%, puas=46%, cukup puas=3%

1. Kemampuan pemateri menguasai kelas

Peserta yang sangat puas 52%, puas=43%, cukup puas=5%

1. Kemampuan pemateri menghidupkan suasana pelatihan

Peserta yang sangat puas 58%, puas=40%, cukup puas=2%

1. Kemampuan pendamping membantu peserta pelatihan

Peserta yang sangat puas 51%, puas=40%, cukup puas=9%

1. Kemampuan pendamping menguasai pertanyaan peserta

Peserta yang sangat puas 50%, puas=40%, cukup puas=10%

1. Kemampuan pendamping menghidupkan suasana pelatihan

Peserta yang sangat puas 48%, puas=40%, cukup puas=12%

Dilihat dari hasil angket, terlihat tidak ada peserta yang memilih kurang puas dan tidak puas. Semua pilihan ada pada hasil sangat puas dan puas. Artinya, kegiatan pengabdian ini dapat dikatakan berhasil, mencapai sasarannya dan memuaskan semua pihak. Pertanyaan tambahan yang ke 11 mengenai rekomendasi agar kegiatan pengabdian ini mempunyai keberlanjutan dan terlaksana secara rutin terjawab bahwa 87% menginginkan keberlanjutan secara rutn dan sisanya 13% menginginkan ada kegiatan pengabdian lanjutan namun tidak secara rutin, seperti terlihat pada gambar 5 berikut:

**Gambar 5**. Rekomendasi Keberlanjutan Program Secara Rutin

Kegiatan pengabdian ini pada intinya sangat diterima dengan baik dan sangat dibutuhkan sehingga semua peserta menginginkan kegiatan ini berlanjut. Namun terdapat kendala waktu bagi para peserta yang berprofesi sebagai pemulung. Pada saat mengikuti pelatihan, para pemulung kehilangan waktu bekerja setengah hari yang menyebabkan berkurangnya penghasilan. Sehingga 13% menginginkan tetap ada kegiatan pengadian yang serupa namun pemilihan waktunya bukan setiap hari, misalnya 1-2 kali dalam seminggu.

1. **SIMPULAN DAN SARAN**

**Simpulan**

Kegiatan pengabdian yang dilakukan untuk kelompok pemulung yang tergabung di Yayasan Tunas Mulia di lingkungan Tempat Pengelolaan Sampah Terpadu (TPST) Bantar Gebang, Bekasi dilakukan dalam bentuk pelatihan, praktik dan pendampingan penggunaan aplikasi penjualan melalui *platform marketplace*. Kegiatan pengabdian ini dilakukan untuk membantu mengatasi permasalahan ataupun kendala yang dihadapi pemulung terkait minimnya pengetahuan mengenai penjualan secara online. Tujuan lain dari kegiatan ini untuk membantu meningkatkan pendapatan keluarga pemulung dengan cara memperluas pasar melalui teknologi digital untuk meningkatkan penjualan. Pedampingan ini terbukti sangat memuaskan kedua belah pihak. Para peserta yang semula tidak mengetahui cara memasarkan secara online, kini telah mahir menggunakan paltform penjualan melalui aplikasi shopee, tokopedia dan instagram. Penjualan menjadi semakin laris karena dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Dampak dari semakin luasnya pasar tentu meningkatkan penjualan dan otomatis meningkatkan pendapatan keluarga. Dari hasil angket mengenai tingkat kepuasan peserta, kegiatan pengabdian ini disimpulkan sangat memberikan kepuasan kepada para peserta.

**Saran**

Agar dapat terus bersaing dalam pemasaran, maka para peserta pelatihan diharapkan terus meningkatkan keterampilan dalam memasarkan secara online sehingga dapat menambah *platform marketplace* lainnya maupun mencari ide-ide kreatif lainnya. Keterampilan yang telah diajarkan diharapkan dapat ditularkan kepada pemulung lainnya yang belum berkesempatan ikut pelatihan. Dengan semakin berjalannya waktu, maka produk yang dihasilkan para pemulung juga diharapkan semakin bervariasi. Dalam jangka panjang, diharapkan pemulung di bawah asuhan Yayasan Tunas Mulia tetap menjadi mitra kegiatan pengabdian bagi dosen-dosen Universitas Bina Insani dengan agenda pelatihan lainnya sehingga dapat diukur perubahan yang signifikan terhadap penjualan usaha yang dikelola.

**UCAPAN TERIMA KASIH**

Terima kasih kepada Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi, Riset dan Teknologi Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi yang telah memberikan bantuan pendanaan Program Penelitian Kebijakan Merdeka Belajar Kampus Merdeka dan Pengabdian Kepada Masyarakat Berbasis Hasil Penelitian Pada Perguruan Tinggi Swasta. Terimakasih juga disampaikan kepada Yayasan Tunas Mulia dan asuhannya yaitu para kelompok pemulung dan keluarga pemulung. Terimakasih juga kepada para mahasiswa yang membantu mendampingi pelaksanaan PkM. Terakhir, ucapan terimakasih disampaikan untuk beberapa perguruan tinggi yang bersama menjalin kerjasama dengan Universitas Bina Insani, antara lain adalah Universitas Telkom, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Universitas Merdeka Malang, Universitas Flores dan lain-lain yang namanya tidak dapat disebutkan semuanya.

**DAFTAR PUSTAKA**

Budiyanto, H., Tutuko, P., Winansih, E., Setiawan, A. B., & Iqbal, M. (2020). Virtual Expo Menggunakan Panggung sebagai Solusi Pameran Online di Masa Pandemi COVID-19. *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, *5*(3), 202–208. <https://doi.org/10.26905/abdimas.v5i3.4811>

Candra, A. I., Gunarto, A., & Candra, A. I. (2021). Digital Marketing Pesantren Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *Volume 5 N*, 2–7. <https://e-jurnal.lppmunsera.org/index.php/parahita/article/view/2586/1578https://jurnal.lldikti4.or.id/index.php/jurnalekono/article/view/419/147>

Hidayah, N., Maulana, I., Suryawan, S. P., Sa’diah, S. N. H., Indriyani, S., & Rizka, L. (2021). Implementasi Digital Marketing pada Pengrajin Tas Anyam Desa Pesidi Kecamatan Grabag, Kabupaten Magelang. *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, *6*(3), 384–394. <https://doi.org/10.26905/abdimas.v6i3.5347>

<https://upstdlh.id/tpst/index> Laman resmi Tempat Pengelolaan Sampah Terpadu Bantar Gebang

Huda, Fatkur dan Sukadiono. (2021). *Aksiologiya : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Peningkatan Penjualan melalui Pendampingan Online Selling Pada Platform Digital*. *5*(4), 557. <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/Axiologiya/article/view/10161/4345>

Irianti, N. P., Susanti, R. D. A., Triswidrananta, O. D., & Wijaya, E. M. S. (2021). Peningkatan Omset Penjualan Kelompok Pengrajin Keset melalui Online Marketing. *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, *6*(1), 52–60. <https://doi.org/10.26905/abdimas.v1i1.4819>

Kusumawati, R. D., & Diyani, L. A. (2021). Peran Kepercayaan Memediasi Hubungan Reputasi dan Intensi Pembelian di E-Commerce. *Jurnal Online Insan Akuntan, Vol.6, No.1 Juni 2021, 1 - 14 E-ISSN: 2528-0163 1*, *6*(1), 1–13. <https://ejournal-binainsani.ac.id/index.php/JOIA/article/view/1471/1257>

Muhsinin, S., Dinata, D. I., Andriansyah, I., & Asnawi, A. (2019). Peningkatan Potensi Ibu Rumah Tangga dalam Mengolah Sampah Organik Rumah Tangga Menggunakan Metode Takakura di Desa Cibiru Wetan, Kabupaten Bandung. *Jurnal Pengabdian pada Masyarakat, 4* (2), 179-186. <https://doi.org/10.30653/002.201942.110>

Muyassarah, Nurudin dan Asyifah, N.L. (2021). Pelatihan Bisnis Online Ibu Rumah Tangga Dalam Mengatasi Kemiskinan Masa Pandemi Covid-19. *JMM: Jurnal Masyarakat Mandiri. 5*(6), 4–12. <https://journal.ummat.ac.id/index.php/jmm/article/view/4878/pdf>

Opan, Arifudin (2018).  PKM Pembuatan Kemasan, Peningkatan Produksi Dan Perluasan Pemasaran Keripik Singkong Di Subang Jawa Barat*.* *Jurnal Pengabdian Integritas 2* (1), 1–11. <https://unars.ac.id/ojs/index.php/integritas/article/view/514/436>

Pujastuti, E., Winarno, W. W., & Sudarmawan, S. (2015). Pengaruh E-Commerce Toko Online Fashion Terhadap Kepercayaan Konsumen. *Creative Information Technology Journal*, *1*(2), 139. <https://doi.org/10.24076/citec.2014v1i2.17>

Qurrata, V. A., Yusida, E., Sudjatmiko, S., & Prastiwi, L. F. (2021). Pengembangan Industri UMKM Batik Khas Kabupaten Malang melalui Digitalisasi Marketing Mix dan Teknologi. *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, *6*(3), 347–357. <https://doi.org/10.26905/abdimas.v6i3.4978>

Septiningrum, L. D., Sadiyah, K., Hasan, J. M., Gustiasari, D. R., & Darsita, I. (2020). Pengenalan Digital Marketing dalam Upaya Meningkatkan Penghasilan Ibu Rumah Tangga (IRT) Majlis Taklim Al Auladiyah. *Dedikasi PKM*, *1* (3), 1. <https://doi.org/10.32493/dedikasipkm.v1i3.7401>

Sofiyana, Marinda Sari, Lestari., L.D., Triamini, M.H., & Faizah, A.I. (2021). *Sosialisasi Pemanfaatan Media Sosial untuk Meningkatkan Pemasaran UMKM di Kecamatan Sutojayan Kabupaten Blitar*. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat: Aptekmas. Politeknik Sriwijaya Palembang, *4* (4), 96–100. <https://jurnal.polsri.ac.id/index.php/aptekmas/article/view/3556/1732>

Sule M.I.S. & Siswanto, S. Y. (2021). *Peningkatan Kapasitas Dan Kemampuan Bisnis Online: Studi Kasus Makeup Uccino*. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*: Wikramaparahita, *Universitas Serang Raya, Banten*. 5 (1), 2021, 51-58. <Https://E-Jurnal.Lppmunsera.Org/Index.Php/Parahita/Article/View/2627/1631>

Supriyani, N., & Untari, D. (2021). Strategi Dan Pemanfaatan Media Sosial Usaha Kecil Dan Menegah (UMKM) Bertahan di Tengah Pandemi Covid-19. *Ekono Insentif*, *15*(1), 1–9. <https://doi.org/10.36787/jei.v15i1.419>

Wardani, Setia dan Endahati, Nafisah. (2019). Pendampingan Kelompok Budidaya Mina Jaya Dusun Gupawarak Desa Sendangsari Bantul. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*: *Wikramaparahita, Universitas Serang Raya, Banten*. 3 (2), 2019, 47-51. <https://doi.org/10.31219/osf.io/ztn7j>

Wisataone, Voettie, Suranto A.W., dan Hidayati, U. (2021). Penggunaan Marketplace Untuk Meningkatkan Pemasaran Digital Di Masa Pandemi Covid-19. *JMM: Jurnal Masyarakat Mandiri.* *5* (6), 4–12. <https://journal.ummat.ac.id/index.php/jmm/article/view/4889/pdf>

Syifa, Y. I., Wardani, M. K., Rakhmawati, S. D., & Dianastiti, F. E. (2021). Pelatihan UMKM Melalui Digital Marketing untuk Membantu Pemasaran Produk Pada Masa Covid-19. *ABDIPRAJA (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, *2* (1), 6–13. <https://jurnal.untidar.ac.id/index.php/abdipraja/article/view/3602/pdf>

Zai, S. et al. (2021). Pelatihan Platform Digital Bisnis Dan Aplikasi Keuangan Pada Umkm Jaringan Muda Wonosari – Delanggu Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Abdmas, 3(2), 951–952.*, *03*(02), 303–308. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/JAIM/article/view/3022/1359>