

## Pemanfaatan Limbah Dan Marketplace Sebagai Strategi Untuk Meningkatkan Penjualan

Nusrotus Sa'idah<sup>1</sup>, M Ady Suryaningrum<sup>2</sup>, Aris Maulana<sup>3</sup>, Shima Dewi A<sup>4</sup>, Jihanita Oktaviana<sup>5</sup>,  
Lilik Nur Alisah<sup>6</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6</sup> Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara

<sup>1</sup>nusrotussaidah@unisnu.ac.id

### Key word:

Waste,  
marketplace,  
sales

### Abstract

*This covid 19 pandemic, we need a significant economic recovery. To increase industrial productivity. This creativity can be expressed in the development of community service by Unisnu Jepara KKN students class XI in 2021 in the form of the Tridarma of higher education. Creativity through training is needed by the community, the implementation method is used to accelerate economic and social recovery in supporting the smooth implementation of improving business management skills in the form of training and also marketing through social media or manually. To accelerate the Covid-19 economy, members of this service collaborate with one of the partners in Batukali, Kalinyamatan, Jepara, namely the MSME business of pants convection to provide training in using marketplaces and pants convection waste. The target of this partner has problems which are 1) there is waste that is not utilized. 2) decrease in orders resulting in loss of turnover of up to 50% from usual 3) lack of knowledge about marketing strategies and technology in marketing products. From this problem there are several stages in carrying out the service, namely, 1) utilization of convection waste. 2) training and assistance in creating a marketplace marketplace account. The results achieved in this community service activity are the creativity of partners in processing waste into ready-to-use items, namely cloth wallets, makeup pouches, pencil cases, small bags, and mask connectors. To increase the selling power of partner products and marketing processed fabric waste, namely by providing online marketing assistance through shopee. Enthusiasm was seen by 85% of the partners who were very positive in responding and following the assistance.*

### Abstrak

Pandemi covid 19 ini, kita membutuhkan pemulihan ekonomi yang signifikan. Untuk meningkatkan produktivitas industri. Kreativitas ini dapat dinyatakan dalam pengembangan pengabdian masyarakat oleh mahasiswa KKN Unisnu Jepara angkatan XI tahun 2021 dalam bentuk Tridarma perguruan tinggi. Kreatifitas dengan adanya pelatihan sangat dibutuhkan oleh masyarakat, metode pelaksanaan yang digunakan dalam mempercepat pemulihan ekonomi dan sosial dalam mendukung kelancaran pelaksanaan peningkatan ketrampilan pengelolaan usaha dalam bentuk pelatihan dan juga pemasaran baik melalui media sosial ataupun manual. Untuk mempercepat ekonomi covid 19 anggota pengabdian ini bekerjasama dengan salah satu mitra yang ada di Batukali Kalinyamatan Jepara yaitu usaha UMKM konveksi celana untuk memberi pelatihan pemanfaatan marketplace dan limbah konveksi celana. Sasaran mitra ini memiliki permasalahan yang mana 1) adanya limbah yang tidak dimanfaatkan. 2) penurunan pemesanan sehingga kehilangan omzet hingga 50% dari biasanya 3) minimnya pengetahuan tentang strategi pemasaran dan teknologi dalam memasarkan produk. Dari problem tersebut ada beberapa tahapan dalam melaksanakan pengabdian yaitu, 1) pemanfaatan limbah konveksi. 2) pelatihan dan pendampingan membuat akun marketplace shopee. Hasil yang dicapai dalam kegiatan pengabdian ini yaitu kreativitas mitra dalam mengolah limbah jadi barang siap guna yaitu dompet kain, pouch makeup, tempat pensil, tas kecil, dan konektor masker. Untuk meningkatkan daya jual produk mitra dan pemasaran olahan limbah kain yaitu dengan melakukan pendampingan pemasaran online melalui shopee. Antusiasme terlihat 85% dari mitra sangat positif dalam merespon dan mengikuti pendampingan.

### Kata Kunci

Limbah,  
Marketplace,  
Penjualan

## PENDAHULUAN

UMKM atau usaha mikro kecil menengah adalah suatu bisnis yang dijalankan individu, rumah tangga, atau badan usaha ukuran kecil penggolongan UMKM lazimnya dilakukan dengan batasan omset pertahun, jumlah kekayaan atau aset serta jumlah karyawan. Usaha mikro kecil menengah ini seperti usaha bisnis konveksi. Bisnis konveksi adalah sebuah usaha produksi pakaian yang dibaut dengan masal. Jika diartikan lebih spesifik, konveksi adalah industri kecil skala rumah tangga yang merupakan tempat pembuatan pakaian jadi, seperti kemeja, kaos, polo shirt, jaket, celana, dan lain sebagainya. Konveksi industri kecil ini memproduksi celana kolor dengan berbagai ukuran, model dan bahan.

Pengusaha umkm konveksi ibu Darwati yang beralamat di desa Batukali Rt/w 03/02 kalinyamatan Jepara berkelut dibidang konveksi celana trining mitra dari tim KKN unisnu sedang mengalami penurunan penjualan dari dampak terjadinya pandemi covid-19 dari penjualan yang biasanya mencapai 5000 celana dalam satu minggu ke berbagai daerah dari pulau jawa, jakarat seta luar jawa sekarang hanya dapat menjual 2000 celana dalam satu minggunya dan hanya terdapat di beberapa daerah saja akibat terjadinya pandemi.

Dalam produksi celana trining terdahulu terdapat banyak limbah yang

tidak terpakai, oleh karena itu hasil dari limbah produksi celana trining akan diolah kembali guna untuk meningkatkan pendapatan. Proses memanfaatkan limbah kain ini dapat memberikan efek positif bagi industry kreatif, yaitu membawa nilai local yang menjadi ciri khas (Wisesa & Nugraha, 2015). Mayoritas daerah batu kali ini memproduksi celana pendek atau konveksi. Oleh karena itu perlu adanya kreativitas bagi produsen untuk mengatasi limbah yang bertumpuk dengan mengolah limbah menjadi bahan yang siap pakai atau berguna sehingga memiliki harga jual yang tinggi.

Penjualan melalui online sangat dibutuhkan dalam meningkatkan penjualan produk. Bukan hanya itu saja tim pengabdian juga akan membantu dalam pemasaran produk melalui media online yaitu dengan cara pembuatan *market place* serta dipasarkan melalui media sosial lainnya. Alternative untuk meningkatkan pemasaran produk itu salah satunya penggunaan internet yaitu *market place* (Suherman, E., & Hasanah, 2020). *Market place* yang paling di kunjungi oleh pembeli yaitu shopee, karena selalu mengadakan promosi tahunan dan dicatat telah melampaui semua jenis rekor penjualan (Nurzanah & Sosianika, 2018). Adapun permasalahan dari mitra sebagai berikut.

**Tabel 1. Permasalahan Mitra**

No	Aspek	Permasalahan
1	Limbah	Kurangnya inovasi produk dari pemanfaatan limbah kain celana.
2	Pemasaran Produk	Belum adanya inovasi pemasaran produk yang bisa dijangkau secara luas.

Dari pemaparan masalah mitra diatas pengabdian melakukan pendampingan untuk menginovasi hasil limbah kain untuk dijadikan barang yang multiguna dan daya

jual tinggi yaitu dompet kain, *pouch makeup*, tempat pensil, tas kecil, dan konektor masker.

### METODE

Untuk mengatasi permasalahan mitra tersebut maka dilakukan tahapan sebagai berikut:

**Tabel 2. Metode Pelaksanaan dengan Mitra**

No	Bentuk Kegiatan	Langkah-Langkah
1.	Pra kegiatan	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Survey di tempat mitra untuk memperoleh permasalahan mitra.</li> <li>▪ Menyusun program bersama tim</li> <li>▪ <b>Koordinasi dengan mitra terkait waktu pelaksanaan</b></li> </ul>
2.	Pendampingan dan pelatihan mitra dalam pengolahan Limbah	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tim pengabdian menyusun materi berupa tutorial cara membuat produk hasil limbah (konektor masker, dompet, tas kecil, <i>pouch makeup</i> dan tempat pensil.</li> <li>▪ Tutorial pembuatan produk bersama mitra .</li> <li>▪ Pendampingan untuk membuat produk olahan limbah</li> </ul>
3.	Pendampingan dan pelatihan pemasaran produksi celana melalui <i>marketplace shopee</i> dan <i>social media</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pendampingan dan pelatihan pemasaran produksi celana melalui <i>marketplace shopee</i> dan <i>social media</i></li> </ul>
4.	Evaluasi Program	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Memantau pengurangan volume sampah, memantau kesadaran pengolahan dan pemanfaatan sampah menjadi barang kreatif dan inovatif (<i>creanovation</i>), memantau perilaku mitra</li> <li>▪ Meninjau marketplace yang telah dibuat.</li> </ul>

## HASIL

### A. Pendampingan dan pelatihan mitra dalam pengolahan limbah

Sebelum dilakukan pendampingan dan pelatihan mitra dilakukan sharing tutorial bagaimana membuat olahan limbah kain untuk bahan siap yaitu pakai dompet kain, *pouch makeup*, tempat pensil, tas kecil, dan konektor masker. Adapun tahapan proses pembuatan yaitu: 1)

memilih limbah yang layak digunakan, 2) membuat pola sesuai dengan bentuk produk, dompet, pouch make up atau tempat pensil, 3) menjahit pola sesuai dengan bentuk, 5) merapikan produk dan menambah pernik-pernik hiasan produk. Adapun pendampingan tim pengabdian pada mitra sebagai berikut.



**Gambar 1. pendampingan dan pelatihan cara mengolah bahan limbah konveksi**

Tim pengabdian terlihat antusias dalam mempraktikkan atau membuat olahan limbah kain tersebut dalam bentuk

dompet, pouch make up atau tempat pensil. Berikut hasil produk olahan limbah dalam bentuk dompet atau tempat pensil.



**Gambar 2. Hasil produk limbah konveksi**

Dengan ini kegiatan ini dapat meningkatkan kreativitas dalam pengelolaan limbah konveksi oleh mitra.

### **B. Pendampingan Dan Pelatihan Pemasaran Produksi Melalui Marketplace Dan Social Media**

Dalam memasarkan produk kita melaksanakan kegiatan pelatihan mengenai pemanfaatan *marketplece* sebagai alternatif untuk meningkatkan penjualan konveksi

Sehingga dapat mengurangi limbah yang telah menumpuk banyak pada lokasi mitra.

celana ataupun bahan hasil dari olahan limbah. Pada kegiatan pelatihan ini dilakukan pendampingan dengan memberikan pengetahuan, pemahaman serta pemanfaatan aplikasi *marketplace* yang digunakan sebagai saran untuk meningkatkan pemasaran konveksi celana.



**Gambar 3. Pendampingan Penggunaan Aplikasi *Shopee* Kepada Mitra**

Salah satu tim KKN menjelaskan mengenai cara pembuatan salah satu aplikasi marketplace yaitu pembuatan akun penjualan di *shopee* dengan tujuan agar mitra dapat melakukan penjualan menggunakan akun tersebut. Pada

pembuatan akun *shopee* kami mencoba berbagai fitur-fitur yang mendukung untuk meningkatkan penjualan. Berikut ini adalah akun dari mitra yang sudah kami ajarkan bisa dilihat digambar 4.



**Gambar 3. Akun Shopee Mitra**

Setelah dilakukannya pendampingan dan pelatihan dalam memanfaatkan limbah dan penggunaan marketplace kami berharap dapat diterapkan dalam skala berkelanjutan sehingga dapat meningkatkan penjualan konveksi celana selama masa pandemi covid-19 ataupun penjualan berikutnya. Hasil pendampingan menunjukkan 85%

## PEMBAHASAN

Kegiatan pendampingan ini dilakukan pada mitra ibu Darwati yang beralamat di desa Batukali Rt/w 03/02 kalinyamatan Jepara yaitu konveksi celana pendek. Pendampingan dilakukan untuk memberikan pendampingan olahan limbah kain untuk dijadikan barang yang layak jual dan siap digunakan. Limbah kain ini merupakan sisa kain guntingan yang

mitra merespon, mengikuti pendampingan, memahami pembuat akun, meninjau ulang akun dalam penggunaan dengan baik. Dengan adanya penjualan online ini memberikan kemudahan bagi pembeli ataupun memberikan kesempatan peluang bisnis yang meningkat oleh penjual atau produsen.

berasala dari produk garmen, pembuatan pakaian, orang awam menganggap ini sampah yang tidak bermanfaat dan akhirnya dapat menggu lingkungan sekitar(Dewi et al., 2020) .

Inisiatif ini dilakukan atas dasar hasil pengamatan tim pengabdian melihat tumpukan limbah kain potongan celana pendek yang sangat banyak. Pendampingan pada mitra ini dilakukan kegiatan pengolahan limbah yang siap pakai dan

punya daya jual tinggi yaitu berupa produk dompet kain, *pouch makeup*, tempat pensil, tas kecil, dan konektormasker. Hal ini juga terlihat pada hasil pelatihan dari yang menyatakan bahwa olahan limbah kain dapat dibuat aksesoris jilbab dan peningkatan kreativitas menunjukkan 90% mitra memahami dalam pembuatan produk tersebut (Diana, Irawan Yeni, Halimatussa'diyah, 2017).

Hasil olahan limbah kain tersebut dijual pada *marketplace* sebagai upaya untuk meningkatkan penjualan produk hasil kreativitas mitra dalam bentuk pouch, tempat pensil, dompet pada shopee. Dalam pendampingan dengan mitra ini pertama membuat akun terlebih dahulu. Kemudian tim pengabdian melakukan pendampingan secara kontinue sampai dengan meninjau adanya penjualan ataukah tidak pada onlineshop tersebut. Memilih shopee karena menjadi kebiasaan masyarakat Indonesia lebih banyak mengakses dan berbelanja melalui *marketplace* ini. Indonesia merupakan pasar e-commerce terbesar di Asia Tenggara, ada 90% pengguna internet di Indonesia pernah berbelanja online (Suhendra & Krisnadi, 2020). Oleh karena

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kami sampaikan Rektor Unisnu Jepara dan panitian Tim KKN Unisnu Jepara angkatan XI Tahun

itu sebagai alternative peningkatan penjualan dengan online tim pengabdian dan mitra memilih akun *shopee*. Dari hasil pendampingan mitra sangat merespon aktif, mengikuti pendampingan, mengimplementasikan hasil kegiatan, serta meninjau keberlanjutan penjualan melalui *marketplace*.

#### SIMPULAN DAN SARAN

Dalam kegiatan pendampingan olahan limbah kain ini telah dihasilkan kreativitas mitra dalam mengolah limbah jadi barang siap guna yaitu dompet kain, *pouch makeup*, tempat pensil, tas kecil, dan konektormasker. Antusias dari mitra sangat positif dalam merespon adanya pendampingan oleh tim pengabdian mahasiswa Unisnu Jepara. Untuk meningkatkan daya jual produk mitra dan pemasaran olahan limbah kain yaitu dengan melakukan pendampingan pemasaran online melalui shopee. Mitra telah mampu memahami dengan baik dan mengaplikasikannya secara langsung guna untuk meningkatkan penjualan konveksi celana selama masa pandemi covid-19.

2021 yang telah membantu dalam terlaksananya pengabdian, terutama dari pihak mitra dan pihak pembantu pendanaan

dalam pelaksanaan pengabdian ini sehingga terseleggara kegiatan dengan baik. Semoga kerjasama yang telah terjalin dapat

berkesinambungan dan bermanfaat untuk kemajuan masyarakat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, N. A. K., Pratiwi, R., & Muzayyanah, L. (2020). Pelatihan Keterampilan Kain Perca untuk Mengurangi Limbah Anorganik. *Sasambo: Jurnal Abdimas (Journal of Community Service)*, 2(2), 49–56.  
<https://doi.org/10.36312/sasambo.v2i2.196>
- Diana, Irawan Yeni, Halimatussa'diyah, F. & Y. A. (2017). PEMBERDAYAAN EKONOMI KREATIF PENGOLAHAN LIMBAH KAIN PERCA DI DESA ALUE LIM KEC. BLANG MANGAT KOTA LHOKSEUMAWE. *Jurnal Vokasi*, 1(1), 37–44.
- Nurzanah, I., & Sosianika, A. (2018). Promosi Penjualan dan Minat Beli : Penerapan Modifikasi Technology Acceptance Model di E-Marketplace Shopee Indonesia. *Industrial Research Workshop and National Seminar*, 706–714.
- Suhendra, G., & Krisnadi, I. (2020). *KEKUATAN SHOPEE SEBAGAI E-COMMERCE TERPOPULER DI INDONESIA SAAT INI* Gatot Suhendra 1, Iwan Krisnadi 2. 29.
- Suherman, E., & Hasanah, R. U. (2020). Analisis Pelatihan Marketplace bagi Pelaku Usaha Kue di Masa Pandemi Covid-19 di Desa Jatiragas. *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 6(1), 98–110.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.36805/manajemen.v6i1.1202>
- Wisesa, T. P., & Nugraha, H. (2015). Jurnal Universitas Pembangunan Jaya #2 Volume 2 Maret 2015. *Jurnal Universitas Pembangunan Jaya*, 2(2), 70–86.