
Pelatihan Branding Sosialisasi Pengelolaan Sampah Mandiri (PSM) Kasturi

¹*Ria Andriani

Universitas Amikom Yogyakarta¹

*Email: ria@amikom.ac.id

ABSTRAK

Bank Sampah Kasturi dirintis sejak tahun 2014 yang dibentuk secara mandiri dengan SK Nomor: 02/Kep.KD/2015 yang diputuskan oleh Kepala Desa Condongcatur, dalam perjalanannya tidak mudah untuk mengelola dan dikenal oleh masyarakat, para pengurus masih kesulitan dalam menambah jumlah nasabah dikarenakan sosialisasi lisan dirasa masih belum efektif, Jumlah nasabah yang menabung sampah jelas diperlukan. Semakin banyak nasabah yang menabung sampah, dapat memberikan keuntungan yang dapat dicapai mulai dari Jumlah sampah yang terserap dan diolah akan semakin banyak sehingga dapat membantu dalam upaya pelestarian lingkungan, kesejahteraan nasabah akan meningkat. Dari permasalahan yang sudah dipaparkan diperlukan upaya sosialisasi dan promosi yang lebih efektif agar dapat menjangkau masyarakat luas. Metode pelaksanaan kegiatan dimulai dari survey, pelaksanaan pelatihan, dan evaluasi. Pelatihan ini mengajarkan pembuatan video sekaligus teknik dasar editing serta promosi di media sosial. Adapun hasil yang didapatkan adalah meningkatnya softskill petugas bank sampah Kasturi terkait branding dan meningkatnya jumlah nasabah yang ada di bank sampah Kasturi yang sebelumnya berjumlah 100 orang bertambah jadi 180 orang serta jumlah tabungan sampah yang terus meningkat yang sebelumnya 93,210 kg setiap minggu menjadi 217,475 kg setiap minggunya. Selain itu petugas bank sampah Kasturi sudah bisa mengelola media social untuk melakukan sosialisasi dan promosi serta mempunyai keahlian teknis dalam membuat video pendek.

Kata kunci : *Branding*, Promosi, Bank Sampah Kasturi

ABSTRACT

Kasturi Garbage Bank was initiated in 2014 which was formed independently by SK Number: 02/Kep.KD/2015 which was decided by the Head of Condongcatur Village, in its journey it is not easy to manage and be known by the public, the administrators are still having difficulty in increasing the number of customers due to socialization Word of mouth is still not effective. The number of customers who save waste is clearly needed. The more customers who save waste, can provide benefits that can be achieved starting from the amount of waste that is absorbed and processed will be more and more so that it can help in environmental conservation efforts, the welfare of customers will increase. From the problems that have been described, more effective socialization and promotion efforts are needed in order to reach the wider community. The method of implementing the activities starts from a survey, training implementation, and evaluation. This training teaches video making as well as basic editing techniques and promotions on social media. The results obtained are an increase in the soft skills of Kasturi waste bank officers related to branding and an increasing number of customers in the Kasturi waste bank which previously numbered 100 people to 180 people and the amount of waste savings continues to increase from 93,210 kg every week to 217,475 kg every week. . In addition, Kasturi waste bank officers are able to manage social media to carry out socialization and promotions and have technical expertise in making short videos.

Key words: Branding, Promotion, Bank Sampah Kasturi

PENDAHULUAN

Sampah akan selalu ada, sebagai akibat dari aktivitas manusia, dan akan terus bertambah seiring dengan konsumsi masyarakat. Kehadiran bank sampah dapat berperan penting dalam menyelesaikan permasalahan yang berkaitan dengan sampah. Meski angka daur ulang masih rendah, peran bank sampah dalam memberikan edukasi kepada masyarakat sangat penting. Masalah sampah juga dialami oleh masyarakat Condongcatur, Sleman DIY. Pada 2018, rata-rata kapasitas TPS di provinsi tersebut mencapai 600 ton per hari. Sedangkan volume sampah yang berhasil ditangani mencapai 583 ton per hari. Masalah ini tentu membutuhkan solusi lain, karena selama ini pengelolaan sampah hanya bertumpu pada tempat pembuangan sampah terpadu (TPST). Bank sampah diperlukan untuk membantu mengelola plastik dan sampah agar dapat didaur ulang.

Pengelolaan Sampah Mandiri (PSM) kasturi merupakan salah satu kelompok yang peka terhadap isu sosial tentang pengolahan limbah sampah masyarakat, mengingat semakin besarnya jumlah penduduk, semakin besar pula limbah yang dihasilkan. Bank Sampah Kasturi yang telah dirintis sejak tahun 2014 ini merupakan bank sampah yang dibentuk secara mandiri dengan Surat Keputusan Nomor: 02/Kep.KD/2015 yang diputuskan oleh Kepala Desa Condongcatur tentang Pembentukan Pengurus Bank Sampah Kasturi, Namun, mengelola dan dikenal masyarakat bukanlah hal yang mudah bagi pengelola, dan masih perlu meningkatkan jumlah nasabah melalui sosialisasi lisan yang efektif. Jumlah nasabah yang menabung sampah jelas dibutuhkan. Semakin banyak pelanggan menyimpan sampah maka semakin banyak pula manfaat yang dapat diraih, mulai dari jumlah sampah yang diserap dan diolah, sehingga dapat berkontribusi dalam upaya pelestarian lingkungan, kesejahteraan

masyarakat terutama nasabah akan meningkat serta Pelaksanaan operasional bank sampah dapat berkembang lebih pesat. Hal ini juga yang telah terjadi pada Bank Sampah Kasturi, meskipun secara dampak pemberdayaan masih kurang tetapi dalam hal sosial, bank sampah telah terbukti dapat menciptakan lingkungan bersih, meningkatnya kualitas kesehatan dan meningkatkan aktivitas gotong royong di masyarakat.

Maka dari itu diperlukan upaya sosialisasi dan promosi yang lebih efektif agar dapat menjangkau masyarakat luas. Upaya tersebut berupa upaya upaya untuk membekali para pengurus mengenai pentingnya branding, sosialisasi serta promosi agar bank sampah dapat lebih dikenal masyarakat luas. Pelaksanaan pengabdian ini didasari oleh beberapa permasalahan mitra mulai dari kurangnya teknologi yang membantu sosialisasi kepada masyarakat dan kurangnya penyebaran informasi terkait citra (*branding*) bank sampah sehingga pelatihan *branding* sosialisasi Pengelolaan Sampah Mandiri merupakan salah satu cara untuk meningkatkan animo masyarakat tentang pengolahan sampah dan mengenalkan bank sampah kasturi kepada masyarakat luas untuk tetap menjaga eksistensi dari Bank Sampah itu sendiri. Dalam pelatihan ini, tim dari Universitas Amikom mengajarkan pembuatan video sekaligus teknik dasar editing serta promosi menggunakan media sosial.

RUMUSAN MASALAH

Aspek teknologi sangat penting untuk diaplikasikan pada mitra terkait dengan melakukan pelatihan branding untuk kegiatan sosialisasi dan promosi bank sampah agar dapat terjangkau oleh masyarakat yang lebih luas. Pelaksanaan pengabdian ini didasari oleh beberapa permasalahan mitra yang dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Kurangnya pengetahuan SDM di bank Sampah Kasturi tentang pentingnya Branding
2. Kurangnya pengetahuan tentang bagaimana membuat video sosialisasi yang menarik
3. Kurangnya pengetahuan tentang optimasi penggunaan media social sebagai sarana promosi pengolahan sampah mandiri

METODE

Metode pelaksanaan kegiatan yang berupa pelatihan branding sosialisasi pengelolaan sampah mandiri dapat dilihat pada Gambar 1 berikut.



Gambar 1. Metode Pelaksanaan Abdimas

1. Persiapan Kegiatan

Sebelum melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat, penulis melakukan wawancara dengan pihak mitra untuk memetakan permasalahan yang sedang dihadapi oleh bank sampah Kasturi. Adapun beberapa informasi yang diperoleh dari wawancara serta solusi yang ditawarkan dapat dilihat pada table 1 berikut.

Tabel 1. Solusi

Permasalahan	Solusi	Keterangan
Kurangnya pengetahuan SDM di bank Sampah Kasturi tentang pentingnya Branding	Diberikan penyuluhan tentang Branding	Meningkatkan pengetahuan SDM Bank Sampah Kasturi tentang Branding

Kurangnya pengetahuan tentang bagaimana membuat video sosialisasi yang menarik	Diberikan pelatihan bagaimana membuat video menarik untuk melakukan sosialisasi kepada masyarakat	Video Pengolahan Sampah Mandiri yang menarik untuk sosialisasi kepada masyarakat
Kurangnya pengetahuan tentang optimasi penggunaan media social sebagai sarana promosi pengolahan sampah mandiri	Diberikan pelatihan tentang optimasi penggunaan media social (Pelatihan Ads Instagram)	Meningkatnya pengetahuan tentang cara melakukan Ads di media social agar cakupan promosi mengenai Bank Sampah kasturi lebih luas

2. Pelaksanaan Pelatihan dan Pendampingan

Tahapan ini berisi kegiatan pelatihan dan pendampingan membuat *Branding* dalam bentuk video maupun pembuatan akun media social dan desain konten untuk mengisi media yang sudah dibuat. Pada kegiatan ini tim pengabdian dibantu oleh nara sumber akan memberikan penyuluhan tentang branding dan berbagai tahapan dalam melakukan branding khususnya untuk bank sampah Kasturi. Salah satunya adalah dengan membuat video yang menarik sebagai media untuk melakukan sosialisasi kepada masyarakat maupun dinas terkait, video yang dibuat akan di unggah ke akun media social yang sudah dibuat dan akan diiklankan untuk memperluas jangkauan masyarakat. Adapun video yang sudah dibuat dapat dilihat pada Gambar 2 berikut.



Gambar 2. Video Sosialisasi Bank Sampah Kasturi

Platform yang dipilih dalam hal ini adalah Instagram karna masyarakat disekitaran DIY merupakan pengguna Instagram yang aktif, hal ini tentu akan membantu bank sampah Kasturi untuk menjangkau masyarakat lebih luas. Selain pembuatan video, pada pengabdian masyarakat ini juga diberikan pelatihan tentang optimasi penggunaan social media, pelatihan ini dirasa penting untuk diberikan agar SDM bank sampah Kasturi kedepannya lebih mudah untuk mengolah media agar dapat dimanfaatkan untuk melakukan sosialisasi kepada masyarakat luas dan dapat menambah banyak nasabah.

3. Publikasi dan Promosi

Pada tahapan ini penulis memanfaatkan berbagai macam platform social media, salah satunya dengan melakukan ads Instagram untuk menjangkau masyarakat yang lebih luas, selain itu petugas dari bank sampah juga ikut membantu publikasi diberbagai akun media social pribadi mereka, sehingga dapat mendatangkan banyak nasabah baru.

4. Evaluasi

Evaluasi kegiatan dilakukan untuk mengetahui *feedback* ataupun tanggapan dari mitra yakni Bank sampah kasturi. Evaluasi kegiatan ini juga dilakukan untuk mengetahui kesesuaian antara hasil identifikasi awal dengan kegiatan pelatihan yang diberikan. Bentuk evaluasi kegiatan ini dilakukan dengan cara melakukan wawancara langsung terkait dengan pelatihan yang diberikan.

5. Laporan

Hasil kegiatan pengabdian masyarakat ini berupa laporan akhir yang disampaikan kepada pihak LPPM Universitas Amikom Yogyakarta, dan tulisan ilmiah yang di publikasikan pada jurnal nasional ataupun prosiding abdimas.

PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah berhasil dilaksanakan

di bank sampah Kasturi yang terletak di Karangasem, Condongcatur, DIY. Pelaksanaan pengabdian ini dilakukan secara bertahap mulai dari sosialisasi tentang kegiatan yang akan dilaksanakan selama kegiatan pengabdian ini.

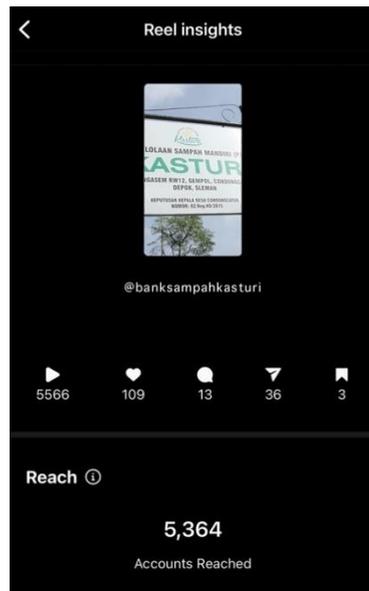
Pelatihan tahap pertama dilakukan dengan memberikan pelatihan tentang branding, mulai dari tahapan dalam branding dan aspek aspek apa saja yang harus disiapkan pada saat melakukan branding. Adapun luaran yang diharapkan melalui kegiatan ini adalah meningkatkan pengetahuan SDM Bank Sampah Kasturi tentang pentingnya branding.

Tahapan kedua mempersiapkan alat dan bahan untuk membuat video sosialisasi yang menarik kepada masyarakat serta memberikan materi mengenai pembuatan video dibantu oleh nara sumber yang dipersiapkan tim pengabdian kepada masyarakat. Pembuatan video melibatkan masyarakat dan pengurus bank sampah Kasturi serta tim pengabdian masyarakat. Selain itu pada tahapan ini dilakukan pelatihan tentang optimasi penggunaan media social (mulai dari membuat akun sampai dengan pelatihan ads Instagram).

Tahapan berikutnya adalah melakukan publikasi dan promosi, kegiatan ini meliputi pemasangan iklan di social media, hasil daripada publikasi dan promosi sudah mulai terlihat ditandai dengan meningkatnya jumlah nasabah yang ada di bank sampah Kasturi, sebelumnya 100 nasabah menjadi 180 nasabah serta jumlah tabungan sampah yang semakin meningkat sebelumnya 93,210 kg setiap minggu menjadi 217,475 kg setiap minggunya. Selanjutnya adalah monitoring dari kegiatan yang dilakukan, berdasarkan wawancara yang dilakukan kepada pengurus yang mengikuti pelatihan didapatkan hasil bahwa dengan adanya kegiatan pelatihan branding ini petugas bank sampah Kasturi memiliki peningkatan softskill terutama dalam melakukan branding dan keahlian teknis dalam membuat video pendek.

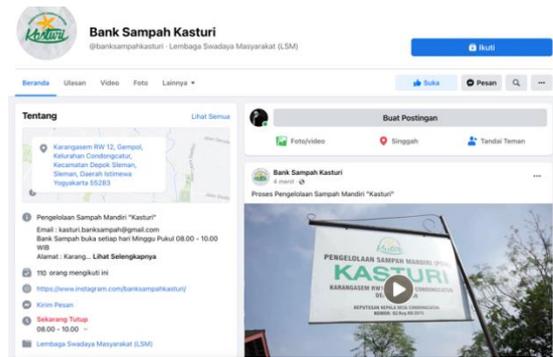
Interaksi postingan di Instagram Bank Sampah Kasturi meningkat secara

signifikan dari postingan tanpa melakukan ads yang biasanya rata-rata hanya menjangkau sekitar 25 pengguna Instagram, setelah dilakukan promosi dan dibuat video yang representatif dan menarik, meningkat sebanyak 5.566 interaksi dari pengguna Instagram di DIY. Adapun insight reel Instagram bank sampah Kasturi dapat dilihat pada Gambar 3 berikut.



Gambar 3. Insight Reel Instagram

Dengan jangkauan masyarakat yang semakin luas, diharapkan tingkat eksistensi dari bank sampah pun semakin naik, sehingga semakin bertambah nasabah yang bergabung Bersama bank sampah Kasturi. Adapun jumlah total nasabah sebelum dilakukan branding dan promosi sebanyak 100 orang, sedangkan setelah dilakukan promosi meningkat hingga 180 orang. Hal tersebut menunjukkan efektivitas branding Bank Sampah dengan menggunakan video untuk melakukan sosialisasi dan pemanfaatan social media untuk melakukan promosi. Seperti yang terlihat pada gambar 4 berikut.



Gambar 4. Video bank sampah di facebook fan page

Tahapan selanjutnya adalah melakukan evaluasi, adapun hasil evaluasi yang didapatkan setelah adanya video sosialisai serta promosi menggunakan medias social dan ditambah dengan ads Instagram adalah jumlah interaksi di social media meningkat disertai dengan jumlah nasabah yang terus bertambah, selain itu masih banyak juga nasabah yang mengirim pesan pada pengurus untuk mendaftar menjadi nasabah bank sampah kasturi. Hanya saja, pengurus masih kesulitan menjangkau seluruh calon nasabah karena keterbatasan petugas.



Gambar 5. Nasabah baru setelah adanya promosi

SIMPULAN

Setelah mengikuti kegiatan pelatihan yang dilaksanakan oleh dosen Universitas Amikom Yogyakarta mengenai pelatihan branding sosialisasi pengelolaan sampah mandiri (PSM) Kasturi, Adapun hasil yang didapatkan adalah meningkatnya softskill petugas bank sampah Kasturi terkait branding dan meningkatnya jumlah

nasabah yang ada di bank sampah Kasturi yang sebelumnya berjumlah 100 orang bertambah jadi 180 orang serta jumlah tabungan sampah yang terus meningkat yang sebelumnya 93,210 kg setiap minggu menjadi 162,275 kg setiap minggunya. Selain itu petugas bank sampah Kasturi sudah bisa mengelola media social untuk melakukan sosialisasi dan promosi serta mempunyai keahlian teknis dalam membuat video pendek.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada pihak mitra bank Sampah Kasturi serta LPPM Universitas Amikom Yogyakarta, serta semua pihak yang mendukung terlaksananya kegiatan pengabdian dengan baik dan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

- Hendriadi, A. A., Sari, B. N. & Padilah, T. N., 2019. PELATIHAN DIGITAL MARKETING USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI KABUPATEN KARAWANG. *Jurnal Pengabdian Masyarakat J-DINAMIKA*, 4(2), pp. 120-124.
- Lieung, K. W., Rahayu, D. P. & Retnaningtyas, H. R. E., 2021. Pelatihan Branding Sosialisasi Bank Sampah Merauke. *Jurnal Abdidias*, 2(6), pp. 1374 - 1379.
- Saifulloh, M., 2021. Branding Product Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah Kuningan Barat Jakarta Selatan. *Jurnal Pustaka Dianmas*, 1(1), pp. 28-33.
- Budiyanto, T., Astuti, R. D. & Purwani, A., 2020. PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN PENGOLAHAN SAMPAH MENJADI PRODUK BERNILAI EKONOMI PADA BANK SAMPAH BERSIH BERSAMA KARANGANOM, SITIMULYO, PIYUNGAN, BANTUL. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat : Teknologi dan Aplikasi*, 1(2), pp. 49-54.
- Mulyantomo, E., Sulistyawati, A. I. & Triyani, D., 2021. Pelatihan Pemasaran Online Dan Digital Branding Dimasa Pandemi Covid-19 Bagi Pelaku UMKM di Desa Tegalarum Kecamatan Mranggen Kabupaten Demak. *Jurnal Tematik*, 3(2), pp. 199-210.
- Fahdia, M. R. et al., 2022. Pelatihan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan Bagi UMKM Tajur Halang Makmur. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Informatika*, 2(34-39).