

Ecopreneurship*: Tantangan Usaha Pemanfaatan Ulang Sampah Plastik Rumah Tangga untuk Produk *Fashion

L.V. Ratna Devi Sakuntalawati^{1,4,*}, Irsyadul Ibad^{2,4}, Nur Rahmi Akbarini^{3,4}

¹Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sebelas Maret, Jl. Ir. Sutami No.36A, Surakarta, 57126, Indonesia

²Program Studi D3 Manajemen Administrasi, Sekolah Vokasi, Universitas Sebelas Maret, Jl. Ir. Sutami No 36A, Surakarta, 57126, Indonesia

³Program Studi Pendidikan Administrasi Perkantoran, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Sebelas Maret, Jl. Ir. Sutami No. 36A. Surakarta, 57126, Indonesia

⁴Pusat Pengembangan Kewirausahaan, Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat, Universitas Sebelas Maret, Jl. Ir. Sutami No.36A, Surakarta, 57126, Indonesia

*Corresponding author: ratnadevi.solo@staff.uns.ac.id

Dikirim: 02-11-2021; Diterima: 02-06-2022

Abstrak

Bank sampah memiliki tugas melakukan pengurangan sampah. Sampah terbanyak yang dihasilkan adalah sampah plastik. Jumlah sampah plastik yang tercatat sebanyak 13,39% dari 38,05% sampah anorganik. Salah satu penghasil sampah plastik adalah rumah tangga yang berupa plastik kemasan tidak laku jual. Salah satu upaya pengurangan plastik kemasan ini dengan memanfaatkan kembali menjadi produk bahan untuk membuat produk kreatif. Bahan selebar 100 x 75 cm, membutuhkan 1500gram sampah. Bahan ini digunakan untuk membuat produk kreatif *fashion* (tas) sebagai usaha yang berbasis lingkungan termasuk sampah. Usaha ini adalah *ecopreneurship* yang dikembangkan Bank Sampah Sejahtera, Kelurahan Joyotakan, Surakarta. Tujuan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) adalah pengembangan *ecopreneurship*, dengan pemanfaatan ulang sampah plastik rumah tangga khususnya plastik kemasan. Solusi yang ditawarkan untuk mencapai tujuan adalah dengan memberi pelatihan dan pendampingan. Metode yang digunakan untuk menjawab solusi adalah metode observasi, metode wawancara, metode tes dan metode pendampingan. Hal-hal yang dilakukan untuk mewujudkan tujuan adalah observasi, untuk mendapatkan situasi dan kondisi, wawancara kepada tokoh kunci, untuk mendapatkan informasi dan kesepakatan solusi untuk mewujudkan tujuan. *Posttest-pretest* dilakukan pada setiap pelatihan serta melakukan pendampingan untuk mewujudkan dan mengembangkan *ecopreneurship*. Hasil PKM berupa pemberian pelatihan, memberi pengaruh peningkatan pengetahuan pada peserta. Pemberian pendampingan memberi keyakinan kepada Bank Sampah Sejahtera untuk melakukan usaha. Usaha ini berkaitan dengan penggunaan

kembali sampah plastik rumah tangga sebagai bahan dasar produk kreatif *fashion*.

Kata kunci: bank sampah; *ecopreneurship*; pelatihan; pendampingan; sampah plastik kemasan

Abstract

Waste bank have the task of reducing waste. Most of the waste produced is plastic waste. The amount of plastic waste that was recorded was 13.39% of the 38.05% of inorganic waste. One of the producers of plastic waste is households in the form of plastic packaging that does not sell well. One of the efforts to reduce packaging plastic is by reusing it as material products to make creative products. Product material 100x75 cm wide, requires 1500 grams of waste. This material is used to make creative fashion products (bags) as an environment-based business including waste. This business is ecopreneurship developed by the Sejahtera Waste Bank, Joyotakan Village, Surakarta City. The purpose of the Community Partnership Program (PKM) is the development of ecopreneurship, by reusing household plastic waste, especially plastic packaging. The solution offered to achieve the goal is to provide training and mentoring. The method used to answer the solution is the observation method, the interview method, the test method and the mentoring method. The things that are done to realize the goals are observation, to get the situation and conditions, interviews with key figures, to get information and agreement on solutions to realize the goals. Posttest-pretest is carried out at each training and provides assistance to realize and develop ecopreneurship. The results of PKM in the form of providing training, have the effect of increasing knowledge on participants. Providing assistance gives the Sejahtera Waste Bank confidence to do business. This business is related to the reuse of household plastic waste as the basic material for fashion creative products.

Keywords: *ecopreneurship; mentoring; plastik waste packaging; training; waste bank*

PENDAHULUAN

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2008 tentang Pengelolaan Sampah, Pasal 4; menyatakan bahwa, tujuan pengelolaan sampah untuk meningkatkan kesehatan masyarakat, dan kualitas lingkungan serta menjadikan sampah sebagai sumber daya. Dalam melakukan pengelolaan sampah, menurut Peraturan Menteri Lingkungan Hidup dan Kehutanan Republik Indonesia Nomor 4 Tahun 2021 tentang Pengelolaan Sampah pada Bank Sampah, Pemerintah,

Pemerintah Daerah dan masyarakat dapat membentuk bank sampah. Pada Pasal 4, ayat (1) pengelolaan sampah pada Bank Sampah meliputi pengurangan sampah dan penanganan sampah. Pada ayat (2) pengurangan sampah dilakukan melalui kegiatan pemanfaatan kembali sampah. Pada ayat (3) penanganan sampah dilakukan melalui kegiatan pemilahan sampah, pengumpulan sampah dan pengolahan sampah. Pemanfaatan kembali sampah pada Pasal 5 dilakukan dengan cara mengguna ulang sampah sesuai dengan fungsi,

tanpa melalui suatu proses pengolahan terlebih dahulu. Pada Pasal 6, ayat (4), poin (a) salah satu sampah yang dapat diguna ulang adalah sampah plastik.

Sampah plastik termasuk sampah anorganik, yang merupakan sampah rumah tangga (Kuncoro, 2009). Jumlah sampah plastik ini cukup banyak yaitu 13,39% dari 38,05% sampah anorganik (DLH Surakarta, 2020). Oleh sebab itu menjadi tugas bank sampah untuk melakukan pengurangan sampah plastik. Bank sampah merupakan program yang mampu merubah cara pandang masyarakat terhadap pengelolaan sampah (Sekarningrum et al., 2017). Demikian juga dengan Bank Sampah Sejahtera, Kelurahan Joyotakan, Kota Surakarta. Permasalahannya adalah bagaimana cara melakukan pengurangan sampah dengan memanfaatkan kembali sampah plastik menjadi produk kreatif bernilai tambah. Produk kreatif menekankan pada apa yang dihasilkan dari proses kreativitas merupakan sesuatu yang autentik, baru, dan bermakna (Khotimah et al., 2020). Salah satu cara melakukannya adalah menggunakan sampah plastik, khususnya plastik kemasan sebagai bahan baku produk *fashion*. Usaha yang melibatkan kegiatan berbasis lingkungan, termasuk sampah plastik kemasan disebut *ecopreneurship* (Sakuntalawati et al., 2021). Menurut Kirkwood & Walton (2010) *ecopreneur* adalah seorang wirausaha yang menjadikan lingkungan sebagai fokus usaha dan tidak hanya sekedar mencari keuntungan tetapi juga memiliki nilai-nilai *green* yang kuat. Guna menjawab permasalahan

tersebut, maka sebagai tujuan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) adalah pengembangan *ecopreneurship*, dengan pemanfaatan ulang sampah plastik rumah tangga khususnya plastik kemasan.

Solusi yang ditawarkan untuk mencapai tujuan adalah dengan memberi pelatihan pembuatan variasi produk kreatif *fashion* (tas), memberi pendampingan pembuatan merek dan logo, memberi pendampingan pembuatan media promosi, dan memberi pelatihan teknik berpromosi. Komponen keberdayaan yang berkaitan dengan solusi adalah; komponen keterampilan, solidaritas sosial, sistem komunikasi personal dan wawasan transformatif (Priyono et al., 1996). Komponen keterampilan digunakan berdasarkan teori bahwa ada keterkaitan antara gerak motorik dengan fungsi mental yang bersifat kognitif sehingga dapat menggerakkan panca indera untuk mewujudkan sesuatu (Syah, 2017). Komponen solidaritas sosial digunakan berdasarkan teori Durkheim, bahwa keterikatan menjadi alat untuk mencapai tujuan (Susanto, 1995). Komponen sistem komunikasi personal, digunakan untuk melakukan persuasi, perubahan sikap maupun bersikap (Mulyana, 2007). Komponen wawasan transformatif berfokus pada wawasan yang merubah baik bentuk maupun penampilan (Moedzakir, 2010).

Pada komponen wawasan transformatif, memberi wawasan merubah bentuk maupun penampilan sampah plastik kemasan menjadi bahan baku produk *fashion* (tas). Bahan baku tersebut berupa lembaran plastik gorden yang dijahit membentuk

lorong-lorong yang dapat diisi potongan kecil-kecil plastik kemasan, kemudian dijahit lagi membentuk kotak kecil-kecil (Endah, 2011). Pembuatan bahan baku maupun membuat tas, diperlukan komponen keterampilan. Setelah produk jadi, perlu melakukan promosi. Cara berpromosi menggunakan komponen sistem komunikasi personal. Komponen fokus pada komunikasi untuk membujuk/persuasi pada pelanggan agar merubah sikap dari belum ingin membeli ke membeli (Putri, 2016). Selanjutnya menggunakan komponen solidaritas, menciptakan ikatan-ikatan dengan pelanggan agar usaha tetap berlangsung.

Produk *fashion* yang dibuat oleh Bank Sampah Sejahtera menggunakan bahan baku dari plastik kemasan bekas makanan yang dipotong kecil-kecil dan dimasukkan di dalam lorong pada lembaran plastik gordan. Bahan ini berbeda dengan bahan baku produk tas hasil daur ulang sampah di Pondok Pesantren Al Hikmah, Purwosari, Kediri. Mereka menggunakan kemasan plastik detergen, dengan menggunakan teknik jahit (Nurkholida et al., 2018). Berbeda juga dengan produk tas dari Bank Sampah "Bersih Bersama" yang berlokasi di Karang Anom, Sitimulyo, Piyungan, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Bahan bakunya dari *sachet* kopi berkualitas baik yang menggunakan teknik anyaman untuk dijadikan tas (Budiyanto et al., 2020).

Perbedaan bahan baku yang digunakan untuk membuat produk *fashion* (tas), mewujudkan tas yang unik. Keunikan inilah yang menjadi nilai tambah bagi *fashion* tersebut.

Selain itu memberikan keyakinan pada Bank Sampah Sejahtera untuk melakukan usaha dengan memanfaatkan ulang sampah plastik rumah tangga menjadi produk kreatif.

METODE

Lokasi program pendampingan mitra dilaksanakan di Bank Sampah Sejahtera, Kelurahan Joyotakan, Kota Surakarta. Metode untuk menyelesaikan solusi adalah pendampingan keterampilan anggota Bank Sampah Sejahtera. Adapun pendekatan pendampingan ini dilakukan dengan menggunakan beberapa metode sebagai berikut:

1. Metode Observasi dan Wawancara.
Metode ini dilakukan untuk mengidentifikasi kebutuhan.
2. Metode Tes
Metode ini dilakukan dengan desain "One Groups Pretest-Posttest Design", yaitu terdapat *pretest* sebelum diberi perlakuan dan *posttest* setelah diberi perlakuan. Membandingkan dengan diadakan sebelum diberi perlakuan (Sugiyono, 2011).
3. Metode Pendampingan
Metode ini dilaksanakan karena sangat krusial dalam membina aktivitas kelompok. Pendampingan merupakan satu strategi yang sangat menentukan keberhasilan program pemberdayaan masyarakat (Nurkholida et al., 2018). Dengan adanya pendamping, maka diharapkan dapat menjadi pihak yang membantu kelompok untuk suatu masa tertentu dan nantinya kelompok akan dapat berfungsi

secara mandiri (Priyono et al., 1996).

Metode penyampaian dalam pendampingan (Mardikanto, 2010):

1. Menurut media yang digunakan adalah media lisan
2. Menurut hubungan pendamping dan sasaran program digunakan komunikasi langsung, baik melalui percakapan tatap muka, maupun daring
3. Menurut keadaan psiko sosial sasaran program digunakan pendekatan perorangan dan pendekatan kelompok. Pendekatan perorangan dilakukan mengingat adanya *agent of change*. Pendekatan kelompok dilakukan, karena Bank Sampah merupakan kelompok sosial.
4. Menurut prinsip pendidikan orang dewasa, artinya memberi kesempatan seluas-luasnya untuk mengembangkan daya nalar, sehingga tercipta kegiatan-kegiatan yang disepakati bersama.
5. Melakukan pertemuan kelompok, dengan berkumpul bersama melaksanakan kegiatan pelatihan
6. Penyadaran, bahwa mengolah sampah itu penting
7. Menunjukkan ada masalah, bahwa jika sampah tidak dikelola akan mengganggu lingkungan
8. Menunjukkan pentingnya perubahan. Jika masyarakat mau merubah perilaku terhadap sampah, maka akan mendapatkan nilai tambah
9. Melakukan pengujian dan demonstrasi, melakukan pelatihan dan pembuatan produk dari sampah yang mempunyai nilai tambah (produk fashion tas)
10. Memproduksi, membuat produk variasi tas
11. Dipublikasikan, produk dipromosikan melalui Instagram
12. Melaksanakan penguatan komunitas dengan cara mengelola bersama-sama produk tersebut di dalam JS Collection (Joyotakan Sejahtera)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Metode Observasi

Tabel 1. Situasi kondisi Bank Sampah Sejahtera

Komponen	Keterangan
Situasi berkaitan dengan kepemilikan	Susunan pengurus SK Kepala Kelurahan Joyotakan Kecamatan Serengan Kota Surakarta Jumlah anggota kegiatan pengolahan sampah 175 nasabah 5P (pengumpulan, pemilahan, penimbangan, pencatatan, penjualan) Ecobrick menjadi produk kreatif <i>furniture</i>
Kondisi berkaitan dengan kepemilikan	Sarana Bank Sampah Tempat untuk mengumpulkan sampah dan tempat untuk pertemuan anggota Tempat pertemuan anggota Memiliki pengepul Timbangan Buku tabungan anggota Buku pencatatan anggota

Metode observasi digunakan untuk mengamati gejala-gejala yang

terwujud dalam kehidupan sehari-hari pada komunitas. Pengamatan ini meliputi tindakan, benda dan peristiwa (Rudito, 2013). Metode ini digunakan di awal program. Jika disimak dari informasi yang dihasilkan dari metode ini, bahwa kegiatan 5P yang dilakukan bank sampah dan kegiatan pembuatan *ecobrick* merupakan tindakan (Tabel 1). Adapun sarana yang dimiliki bank sampah adalah tergolong benda. Tindakan dan benda yang ada ini merupakan gejala-gejala yang teramati. Selanjutnya yang dilakukan adalah menganalisis hasil observasi sebagai acuan untuk merancang program daur ulang sampah.

Metode Wawancara (kepada Tokoh Bank Sampah)

Tabel 2. Hasil wawancara tokoh bank sampah

Instrumen	Tokoh Bank Sampah	
	Koordinator	Bendahara
Sampah yang tidak memiliki nilai tambah jual	Sampah kemasan makanan	Sampah kemasan makanan dan produk non makanan
Produk kreatif apa saja yang pernah dibuat	<i>Ecobrick</i>	Baju fashion dari tas kresek
Rencana produk apa yang diinginkan dan laku jual	Produk fashion yang laku jual	Produk tas

Informan dalam wawancara ini berjumlah 2 orang, yang terdiri dari koordinator dan bendahara. Berdasarkan Tabel 2, diperoleh informasi bahwa terdapat sampah plastik yang tidak laku dijual, yaitu

sampah kemasan makanan. Sampah ini banyak dihasilkan oleh rumah tangga. Keinginan untuk mengurangi sampah tersebut, memunculkan suatu kesepakatan, menggunakan kembali sampah tersebut, yang diwujudkan dalam produk kreatif unik dan layak jual artinya memiliki nilai tambah. Produk kreatif yang tidak lekang zaman, berbahan unik, terpilihilah produk *fashion* salah satunya tas. Dalam pembuatan aneka variasi tas disepakati bahwa bank sampah memperoleh pendampingan. Oleh karena mereka menghendaki layak jual, maka diselenggarakan pelatihan yang mampu mendukung usaha, khususnya *ecopreneurship*. Selain itu disetujui pula waktu, tempat, peserta, peralatan, dan keperluan administrasi lainnya. Hal tersebut sesuai dengan Rudito (2013) yang menyatakan bahwa hasil wawancara tersebut sesuai dengan metode wawancara. Dia mengungkapkan bahwa dengan wawancara itu dapat diperoleh informasi dengan teknik bertanya, bebas, maupun berpedoman. Hasil wawancara dipergunakan untuk menentukan pelatihan dan pendampingan.

Metode Tes

Metode tes menggunakan desain "One Groups Pretest-Posttest Design". Desain ini digunakan untuk melakukan *pretest* di awal pelatihan dan *posttest* di akhir pelatihan. Pengabdian memberikan pelatihan pendukung usaha yang diawali dari pelatihan teknik promosi dan media promosi. Pelatihan ini diikuti oleh 16 peserta yang dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 3. Deskripsi peserta pelatihan

Data	Kategori	Frekuensi
Umur	> 60 tahun	3
	< 60 tahun	13
Jenis kelamin	Perempuan	16
Pekerjaan	Ibu rumah tangga	5
	Penjahit	6
	Guru	5

Pelatihan teknik promosi diberikan guna memperlancar kegiatan promosi produk kreatif tas. Pelatihan ini memuat macam-macam teknik promosi, kelemahan teknik promosi, dan kekuatan teknik promosi. Tujuannya agar pengetahuan berpromosi dapat mendukung *ecopreneurship*. Pada awal pelatihan, diikuti 16 peserta (Tabel 3), sebelum diberikan pelatihan, nilai rata-ratanya adalah 47,5. Setelah diberikan pelatihan, dan diberikan tes kembali, nilai rata-rata adalah 95 (Tabel 4). Adapun peningkatan pengetahuan dilihat dari perbedaan rata-rata nilai *pretest* dengan nilai *posttest*.

Pelatihan media promosi, diberikan untuk memberi pengetahuan pada peserta tentang macam-macam media promosi, pentingnya promosi, dan strategi promosi. Tujuannya agar dalam melakukan usaha, peserta dapat memanfaatkan media tersebut sebagai tempat sebaik-baiknya promosi produk kreatif. Pada pelatihan ini didapatkan nilai *pretest*, rata-rata 60. Setelah diberi pelatihan, nilai *posttest* rata-rata 99 (Tabel 4). Peningkatan nilai ini menunjukkan bahwa peserta memahami pengetahuan yang diberikan, yaitu media promosi.

Pelatihan membuat merek dan logo diberikan agar produk memiliki

merek dan logo yang dapat menjadi brand produk. Tujuannya agar peserta dapat membuat merek dan logo. Pembuatan ini melalui aplikasi khusus untuk membuat merek dan logo yang disebut aplikasi Canva. Sebelum pelatihan dilakukan *pretest*, dan nilai rata-ratanya 28. Setelah pelatihan dan dilakukan *posttest*, nilai rata-rata nya 100 (Tabel 4). Peningkatan nilai ini menunjukkan peserta mampu menggunakan aplikasi untuk membuat merek dan logo.

Pelatihan membuat variasi tas. Materi yang diberikan antara lain pembuatan pola desain varian tas, pembuatan aksesoris tas, pembuatan packaging tas, menjahit dan menggabung ornamen-ornamen tas sesuai pola dan desain. Produk kreatif *fashion* yang akan dibuat adalah *Man Bag*, *Sling bag*, *Purse/ dompet*, *Belt Bag*, *Tote bag*, dan Tas belanja. *Pretest* yang dilakukan sebelum pelatihan, rata-rata nilainya adalah 35. Setelah mengikuti pelatihan rata-rata nilai *posttest* peserta 100 (Tabel 4). Ini menunjukkan bahwa peserta memahami prosedur pembuatan variasi tas. Untuk lebih jelasnya disajikan tabel berikut

Tabel 4. Nilai *pretest* dan *posttes* pada pelatihan pendukung usaha (n=16)

Pelatihan	Nilai Rata-rata	
	<i>Pretest</i>	<i>Posttest</i>
Teknik promosi	47,5	95
Media promosi	60	99
Membuat merek dan logo	28	100
Membuat variasi tas	35	100

Menurut Sugiyono (2011) selisih antara nilai *pretest* dengan nilai *posttest* merupakan pengaruh perlakuan yang diberikan. Jika disimak dari nilai *pretest* dan *posttest* untuk pelatihan

teknik promosi, media promosi, pembuatan merek dan logo, pembuatan aneka tas sebagai produk kreatif *fashion*, menunjukkan ada peningkatan nilai. Hal ini memberi pengertian bahwa ada pengaruh pelatihan yang digunakan.

Metode Pendampingan

Selain diberikan pelatihan, selanjutnya diberikan pendampingan. Pendampingan membuat media promosi, bertujuan agar tampilan promosi lebih menarik. Diawali dengan pendampingan dalam memotret objek, memilih hasil potret terbaik, mengolah tampilan potret obyek (tas). Setelah semuanya siap, dilakukan pendampingan membuat instagram. Nama instagram disepakati bersama, yaitu *jscollection_solo*. Selanjutnya instagram diisi dengan foto-foto yang terpilih. Saat ini instagram telah memiliki 22 *followers* (Gambar 2).

Pendampingan membuat merek dan logo, adalah pendamping dengan menggunakan aplikasi Canva. Sebelumnya bersama-sama membuat dan menyepakati desain label yang akan digunakan untuk produk variasi kreatif *fashion* nantinya. Filosofi dari label tersebut adalah Joyotakan diambil dari lokasi usaha yaitu di Kelurahan Joyotakan sedangkan Sejahtera diambil dari nama pelaku usahanya yaitu Bank Sampah Sejahtera. Pada bagian belakang label di tuliskan *tagline* ucapan terimakasih atas dukungan dalam mewujudkan bumi yang sehat tanpa sampah plastik. Ini bisa menjadi salah satu *social campaign* dalam mengurangi sampah plastik di bumi. Selanjutnya dibuat

label dengan desain dan isi yang sudah disepakati. Setelah mengikuti pelatihan, mencermati praktik membuat merek dan logo, anggota bank sampah mampu membuat label yang digunakan dalam setiap produk.

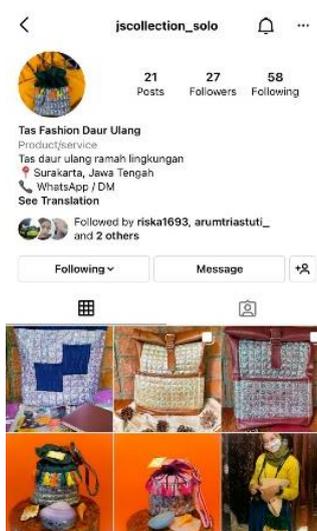
Pendampingan membuat variasi tas, dibarengi penyerahan TTG berupa mesin jahit Juki dengan tipe DDL-8100e Series. Mesin ini digunakan untuk memproduksi beraneka ragam tas dari sampah plastik. Awal pembuatan tas, dilakukan pendampingan menentukan bahan, warna, aksesoris. Dilanjutkan membuat pola tas, memotong pola pada bahan yang ditentukan, memadukan, menjahit, memasang aksesoris dan memberi label. Anggota bank sampah telah berhasil memproduksi aneka tas (*man bag, sling bag, purse/dompot, belt bag, tote bag*, dan tas belanja) (Gambar 1).



Gambar 1. Variasi tas model *backpack* dan *tote bag*

Pendampingan promosi. Promosi sangat penting untuk mengembangkan usaha. Pendampingan dilakukan dengan mendorong pelaku usaha yaitu Bank Sampah Sejahtera untuk mempromosikan secara langsung, lewat pertemuan-pertemuan. Selain itu melalui media pribadi (telepon, WA, SMS) maupun media massa

(facebook, instagram). Saat ini Bank Sampah Sejahtera telah memiliki WA grup yang bernama Joyotakan Jaya dan instagram, yaitu *jscollection_solo* (Gambar 2). Melalui media ini bank sampah telah mendapatkan pesanan beraneka tas. Tas yang paling banyak dipesan adalah tas belanja yang dipesan para ibu-ibu baik dari bank sampah sendiri maupun diluar bank sampah. Adapun hasil pendampingan sebagai berikut



Gambar 2. Akun instagram *js_collection* sebagai media promosi

Pendampingan adalah proses kemandirian masyarakat, artinya membantu kelompok untuk masa tertentu dan diharapkan nantinya kelompok dapat berfungsi secara mandiri (Triharyanto et al., 2014). Pendamping berfungsi mendorong dan meyakinkan komunitas akan daya yang mereka miliki. Disimak dari hasil pendampingan menunjukkan bahwa semua pelatihan dapat memberikan keyakinan pada anggota bank sampah akan daya yang mereka miliki. Ini menimbulkan keyakinan mereka untuk melakukan usaha atau pengembangan *ecopreneurship*.

Pendampingan kepada Bank Sampah Sejahtera, memberikan makna bahwa komunitas mampu melakukan perubahan yang dapat memberi nilai tambah melalui proses belajar bersama. Mereka belajar mewujudkan *ecopreneurship* dengan cara memberi nilai tambah pada sampah yang tidak laku jual. Mengolah sampah untuk produk kreatif *fashion* (tas) menumbuhkan *sense of belonging* anggota bank sampah pada seluruh kegiatan. Semua ini dikarenakan *ecopreneurship* yang dibangun merupakan perpaduan kemampuan bank sampah untuk menjadi lebih berdaya (Hikmat, 2013) dengan *sense of trust* antara mereka dengan pendamping (Triharyanto et al., 2014). Mereka lebih berdaya dalam menggunakan kembali sampah menjadi produk kreatif, karena adanya rasa percaya pada pendamping melalui proses *dialogical encounter*. Komunikasi ini membangun rasa percaya dalam menjawab tantangan usaha dengan memanfaatkan ulang sampah plastik rumah tangga. Terbukti mereka mampu membuat produk kreatif *fashion* (tas), mempromosikan sampai terjual. Mampu mendapatkan konsumen yang tertarik membeli lewat promosi *direct* (jaringan pribadi, media sosial).

KESIMPULAN

Pelatihan dapat memberikan pengaruh pada peningkatan pengetahuan yang ditunjukkan dari selisih *pretest* dengan *posttest*. Selain pelatihan, pendampingan juga memberi keyakinan pada bank sampah bahwa mereka memiliki

potensi yang dapat mewujudkan aktualisasi-eksistensi diri. Wujudnya berupa produksi aneka tas berdasarkan pesanan dari hasil promosi. Pengemasannya dilengkapi dengan mencantumkan brand, merek, dan logo. Bank Sampah Sejahtera telah menggunakan Whatsapp Business yang bernama Joyotakan Jaya maupun Instagram dengan nama akun *jscollection_solo*, untuk mempromosikan produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Budiyanto, T., Astuti, R. D., & Purwani, A. (2020). Pelatihan dan pendampingan pengolahan sampah menjadi produk bernilai ekonomi pada bank sampah bersih bersama Karangnomo, Sitimulyo, Piyungan, Bantul. *SPEKTA Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat: Teknologi dan Aplikasi*, 1(2), 49.
- DLH Surakarta. (2020). *Data BPS Surakarta: volume sampah per bulan (ton) di Kota Surakarta, 2019*. <https://surakartakota.bps.go.id/statictable/2020/05/12/222/volume-sampah-per-bulan-ton-di-kota-surakarta-2019.html>
- Hikmat, H. (2013). *Strategi pemberdayaan masyarakat*. Humaniora Utama Press, 196 hal.
- Khotimah, P. C., Kuntun, S., & Widodo, J. (2020). Pengaruh hasil belajar mata pelajaran produk kreatif dan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha siswa di SMK Negeri 7 Jember (studi kasus pada kelas XII program keahlian multimedia semester gasal tahun ajaran

- 2019/2020). *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial*, 14(2), 357-360.
- Kirkwood, J., & Walton, S. (2010). What motivates ecopreneurs to start businesses?. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 16(3), 204-228.
- Kuncoro, S. (2009). *Pengolahan sampah terpadu*. Kanisius, 88 hal.
- Mardikanto, T. (2010). *Konsep-konsep pemberdayaan masyarakat*. UNS Press, 369 hal.
- Moedzakir, M. D. (2010). *Metode pembelajaran untuk program-program pendidikan luar sekolah*. Universitas Negeri Malang, 229 hal.
- Mulyana, D. (2007). *Ilmu komunikasi: suatu pengantar*. Remaja Rosdakarya, 466 hal.
- Nurkholida, E., & Najahah, N. (2018). Pendampingan pelatihan daur ulang sampah plastik pada Pondok Pesantren Al Hikmah Purwoasri Kediri. *Jati Emas Jurnal Aplikasi Teknik dan Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 5.
- Prijono, O. S., & Pranarka, A. M. W. (1996). *Pemberdayaan: konsep, kebijakan dan implementasi*. CSIS, 269 hal.
- Putri, P. K. (2016). Aplikasi pendekatan-pendekatan persuasif pada riset komunikasi pemasaran: iklan melibatkan penciptaan dan penerimaan pesan komunikasi persuasif mengubah perilaku pembelian. *The Messenger*, VIII(1), 1-16.
- Endah, R. A. (2011). *Tas dari limbah plastik* (M. Dina (Ed.)). Tiara Aksa, 76 hal.
- Rudito, B., & Famiola, M. (2013). *Social mapping: metode pemetaan sosial*. Rekayasa Sains, 232 hal.
- Sakuntalawati, L. V. R. D., & Ibad, I. (2021). *Rintisan ecopreneurship pada bank sampah*. Pusat Pengembangan Kewirausahaan. LPPM. UNS, 75 hal.
- Sekarningrum, B., Yunita, D., & Sulastri, S. (2017). Pengembangan bank sampah pada masyarakat di bantaran Sungai Cikapundung. *Universitas Padjadjaran*, 1(5), 292-298.
- Sugiyono. (2011). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. CV Alfa Beta, 334 hal.
- Susanto, A. S. (1995). *Sosiologi pembangunan*. Bina Cipta, 191 hal.
- Syah, M. (2017). *Psikologi belajar*. Rajawali Pers, 255 hal.
- Triharyanto, E., Devi, L. V. R., & Susantiningrum. (2014). *Model pendampingan UMKM berbasis "integrated farming system."* Pusat Pengembangan Kewirausahaan LPPM UNS.
- Undang-undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2008 tentang Pengelolaan Sampah* (Issue May). (2008).