

**PENGELOLAAN LIMBAH DAN OPTIMALISASI SOCIAL MEDIA  
SEBAGAI PEMASARAN ONLINE DI DESA JAWISARI,  
KECAMATAN LIMBANGAN, KABUPATEN KENDAL PROVINSI  
JAWA TENGAH**

**WASTE MANAGEMENT AND OPTIMIZATION SOCIAL MEDIA AS  
MARKETING ONLINE IN THE VILLAGE JAWISARI, LIMBANGAN  
DISTRICT, DISTRICT KENDAL CENTRAL JAVA**

Rahmat Robi Waliyansyah<sup>1</sup>, Setyoningsih Wibowo<sup>2</sup>, Slamet Budirahardjo<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Fakultas Teknik dan Informatika, Universitas PGRI Semarang

<sup>1</sup>[rahmat.robi.waliyansyah@upgris.ac.id](mailto:rahmat.robi.waliyansyah@upgris.ac.id), <sup>2</sup>[setyoningsihwibowo@upgris.ac.id](mailto:setyoningsihwibowo@upgris.ac.id),  
<sup>3</sup>[slametbudiraharjo@upgris.ac.id](mailto:slametbudiraharjo@upgris.ac.id)

**Abstrak**

Desa jawisari memiliki beberapa pelaku usaha umkm pengolahan keripik kimpul Permasalahan yang dihadapi adalah belum maksimal dalam pengelolaan limbah dan pemasaran. Masyarakat desa dan pelaku umkm memiliki keinginan untuk menambah pengetahuan dan ketrampilan dalam pengelolaan limbah dan pengembangan pemasaran online. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk pemberdayaan masyarakat desa dan pelaku umkm di Desa Jawisari, Kecamatan Limbangan, Kabupaten Kendal melalui kegiatan pengabdian masyarakat dalam pengelolaan limbah agar terbebas dari bahaya limbah dan lingkungan semakin sehat serta pemanfaatan social media sebagai pemasaran online yang dapat memperluas pemasaran. Luaran yang dihasilkan dari pengabdian ini antara lain pengelolaan limbah agar tidak berkonotasi negatif namun dapat dimanfaatkan dan optimalisasi penggunaan smartphone dengan memanfaatkan social media (whatsapp, instagram dan facebook) sebagai pemasaran online. Kegiatan ini dilakukan melalui tahapan sosialisasi, pelatihan dan yang terakhir diadakan evaluasi. Pemahaman tentang pengelolaan limbah mengalami peningkatan 61.61%, sedangkan untuk pemanfaatan social media sebagai pemasaran online 60.63%.

**Kata kunci : pengabdian, limbah, sosmed, pemasaran**

**Abstract**

Jawisari village has several processing SMEs business operators purse Problems faced chips are not maximized in waste management and marketing. Rural communities and SMEs have a desire to increase knowledge and skills in the management of waste and the development of online marketing. Community service activities is aimed at the empowerment of rural communities and SMEs in the village Jawisari, District Limbangan, Kendal through community service activities in waste management to be free from the danger of waste and the environment, the more healthy as well as the use of social media as an online marketing to expand marketing. Outcomes resulting from this service include waste management that does not connote negatively but can be used and optimize the use of smartphones to utilize social media (whatsapp, instagram and facebook) as online marketing. This activity is conducted through the stages of dissemination, training and the latter is held evaluation. An understanding of waste management has increased 61.61%, while for the use of social media as an online marketing 60.63%.

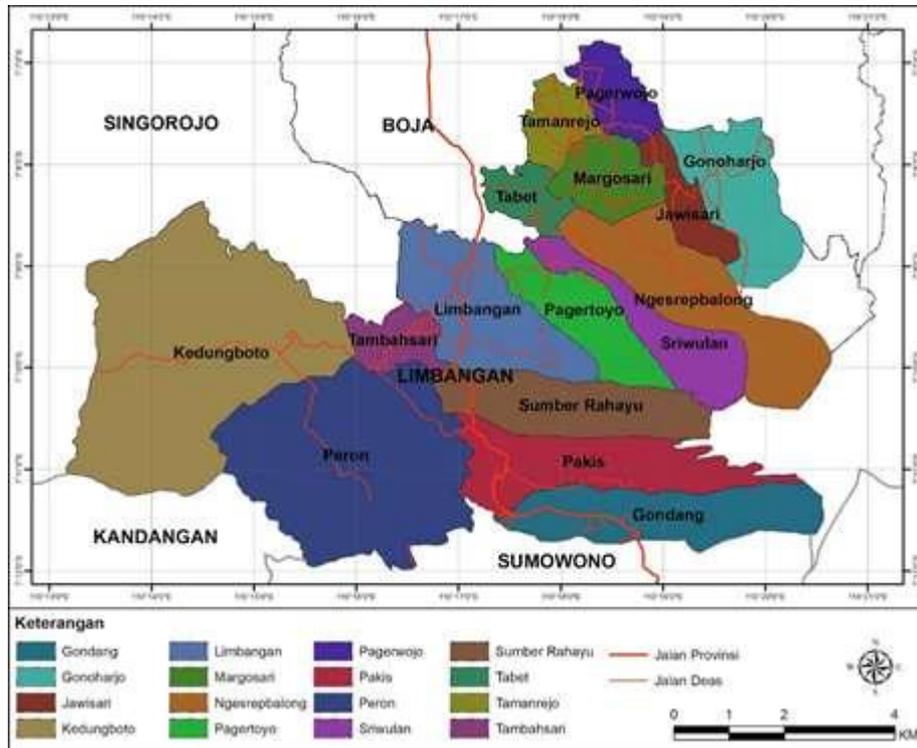
**Keywords: service, waste, social media, marketing**

**1. PENDAHULUAN**

**1.1 Analisis Situasi**

Kecamatan Limbangan Kabupaten Kendal memiliki 16 (enam belas) desa, diantaranya adalah Desa Jawisari. Yang terletak sebelah timur Desa Gonoharjo, sebelah barat Desa Margosari, sebelah

utara Desa Pagerwojo dan sebelah selatan Desa Ngesrebalong. Desa Jawisari mempunyai beberapa potensi desa yang perlu dipublikasikan secara umum diantaranya adalah adanya pelaku usaha umkm. Beberapa pelaku UMKM yang ada adalah *sentra industry* gula aren, pengolahan keripik kimpul dan pedagang jamu tradisional.



Gambar 1. Peta Wilayah Kecamatan Limbangan

Saat ini Desa Jawisari memiliki beberapa pelaku UMKM yang belum optimal dalam pengelolaan limbah yang berwawasan lingkungan dan pemasaran *online*. Hal ini membutuhkan pelatihan dan pendampingan dalam pengelolaan limbah dan pelatihan optimalisasi pemanfaatan *social media* sebagai pemasaran *online*.



Gambar 2. Pembuangan Limbah Cair



Gambar 3. Pelaku UMKM Gula Aren

Beberapa pelaku UMKM adalah produsen criping kimpul dan pembuatan gula aren. Adapun pelaku UMKM tersebut adalah Criping Kimpul Bu Djismi bertempat di Dusun Kraja 03/01, Pembuatan gula aren Ibu Rusmi di Dusun Lebari 01/03, Pembuatan gula aren Ibu Kamsiyah di Dusun Lebari 01/02, Pembuatan gula aren Ibu Ngasriah di Dusun Lebari, Pembuatan gula aren Ibu Nafiah di Dusun Lebari, Pembuatan gula aren Ibu Jumiati di Dusun Lebari 02/02, Pembuatan gula aren Ibu Mujiatun di Dusun Lebari, Pembuatan gula aren Ibu Sutimah, Ibu Ponijan, Ibu Hartini, Ibu Sutiayah di Dusun Lebari.

### **1.2. Permasalahan Mitra**

Hampir 60 persen warga Dusun Lebari Desa Jawisari membuat Gula Aren rumahan, sehingga desa ini menjadi Sentra Industri Kecil Gula Aren Tradisional. Penjualan gula aren hanya disetorkan kepada pengepul atau juragan, lalu dipasarkan ke beberapa wilayah Jawa Tengah di antaranya Pasar Boja, Kaliwungu, Kendal kota, Semarang, Ambarawa dan kota kota lainnya.

Air buangan hasil pencucian selama ini dibuang di comberan maupun sungai sehingga sering meluber ke sekitar rumah dan jalan. Luberan yang bertemu sampah dan kotoran ternak akan mengundang lalat dan tikus serta mencemari lingkungan sekitar.

Oleh karena itu kegiatan seperti pelatihan dan pendampingan perlu diadakan guna meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan bagi masyarakat desa dan pelaku UMKM di Desa Jawisari dalam pengelolaan limbah dan pemanfaatan *social media* di era teknologi digital saat ini. Menyikapi hal tersebut, maka Universitas PGRI Semarang dalam hal ini Fakultas Teknik dan Informatika memandang perlu untuk turut berperan aktif dalam memberikan pelatihan dan pendampingan bagi masyarakat desa dan pelaku UMKM di Desa Jawisari.

## **2. METODE PELAKSANAAN**

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat yaitu pemberdayaan masyarakat desa dan pelaku UMKM di Desa Jawisari, Kecamatan Limbangan, Kabupaten Kendal melalui pelatihan dan pendampingan dalam pengelolaan limbah agar terbebas dari bahaya limbah dan lingkungan semakin sehat serta pemanfaatan *social media* sebagai pemasaran *online* yang dapat memperluas pemasaran. Tahapan yang dilakukan antara lain [1]:

### **a. Sosialisasi program**

Kegiatan sosialisasi ini memiliki tujuan yaitu untuk memberi gambaran mengenai program pengabdian kepada masyarakat yang akan dilaksanakan, dimana di dalamnya tercakup latar belakang, tujuan dan bagaimana kegiatan akan dilakukan. Selain itu juga untuk memberikan pemahaman dan motivasi kepada masyarakat desa dan pelaku UMKM agar peserta bisa

berpartisipasi aktif dalam pelaksanaan program sehingga program PKM dapat terlaksana. Target peserta adalah masyarakat desa dan pelaku UMKM di Desa Jawisari, Kecamatan Limbangan, Kabupaten Kendal.



Gambar 4. Sosialisasi dengan Kepala Desa

- b. Penyuluhan tentang pengelolaan limbah yang berwawasan lingkungan. Pelatihan ini bertujuan agar seluruh peserta meningkatkan kesadarannya akan pentingnya kesehatan lingkungan [2].



Gambar 5. Pemaparan materi tentang pengelolaan limbah

- c. Pelatihan pemasaran *online*  
Pemaparan materi tentang optimalisasi sosial media (whatsapp, instagram dan facebook) sebagai pemasaran *online*. Pemaparan materi ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan akan kesehatan lingkungan dan memperluas pemasaran [3]. Karena kesehatan lingkungan sangatlah penting bagi kehidupan. Selama ini limbah cair rumah tangga langsung dialirkan ke selokan atau aliran drainase lainnya bahkan dibiarkan begitu saja di tanah terbuka [4]. Banyaknya limbah menyebabkan pencemaran air yang sangat merugikan bagi masyarakat.

Untuk pemasaran bagi pelaku UMKM selama ini hanya dijual dilingkungan sekitar saja, belum ada pengetahuan tentang bagaimana memperluas pemasaran [5]. Dalam pelatihan ini menyediakan pemateri dan materi yang akan disampaikan. Sedangkan mitra berperan dalam menyediakan tempat serta peserta pelatihan [6].



Gambar 6. Pemaparan materi tentang optimalisasi sosial media (whatsapp, instagram dan facebook) sebagai pemasaran *online*

d. Evaluasi

Evaluasi ini dilakukan untuk memperbaiki setiap kekurangan yang ditemukan selama pengabdian dilaksanakan. Setiap kegiatan dievaluasi dan perbaikan dilakukan berdasarkan hasil evaluasi tersebut.

Setelah kegiatan selesai, kemudian diadakan evaluasi dan refleksi hasil kerja ceramah/penyuluhan seberapa besar penguasaan peserta terhadap materi dapat dilihat dari hasil pengetahuan. Keberhasilan kegiatan ini dilihat dari indikator keberhasilan peningkatan pengetahuan, yaitu [7]:

- 1) Pengetahuan peserta mitra terkait dengan pengelolaan limbah dan optimalisasi pemanfaatan *social media* sebagai pemasaran *online* bertambah, dapat dilihat dari nilai tes sebelum dan sesudah ceramah/penyuluhan.
- 2) Memberikan manfaat bagi peserta mitra sehingga dapat diimplementasikan dalam aktivitas atau kegiatan sebagai pelaku UMKM.

Evaluasi dilakukan dengan mengadakan *pretest* dengan maksud agar mengetahui sejauh mana pengetahuan peserta sebelum ceramah/penyuluhan yang dilakukan. Hal ini juga bisa digunakan sebagai acuan sehingga pada saat penyampaian materi bisa menyesuaikan. *Posttest* dilakukan pada saat akhir kegiatan, sehingga dapat dibandingkan tingkat pengetahuan peserta sebelum dan sesudah kegiatan ini. Kebermanfaatan kegiatan yang dirasakan oleh mitra juga menjadi bagian penting dari evaluasi, sehingga dilakukan wawancara dan pertanyaan saat *posttest*. Harapannya diketahui sejauh mana materi dapat memberi manfaat sebagai tambahan pengetahuan bagi peserta [8].

Dalam pelaksanaan ceramah/penyuluhan ini ada beberapa hambatan yang kami alami diantaranya adalah:

- 1) Daya tangkap para peserta yang berbeda-beda sehingga ada materi yang tidak dapat dicerna dengan baik oleh sebagian peserta.
- 2) Adanya keterbatasan waktu kegiatan karena warga dan pelaku UMKM bekerja *full time* jadi hanya bisa dilakukan setelah jam kerja, di hari libur atau malam hari.

Melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan peserta mampu menerapkan pengelolaan limbah pada lingkungan sekitar dan pada kehidupan sehari-hari sehingga

gerakan masyarakat hidup sehat dapat dijalankan dengan sebaiknya, terlepas dari itu peserta dapat mengoptimalkan penggunaan *smartphone* dengan *social media* sebagai pemasaran *online* sehingga dapat meningkatkan perekonomian masyarakat.

Hasil yang diperoleh dari rekapitulasi evaluasi:

1. Pemahaman tentang Pengelolaan Limbah

Sangat paham	=	61.61	%
Paham	=	31.29	%
Cukup paham	=	7.14	%
Kurang paham	=	0	%
Tidak paham	=	0	%
2. Pemahaman tentang Optimalisasi Pemanfaatan Sosial Media sebagai Pemasaran *Online*

Sangat paham	=	60.63	%
Paham	=	30.09	%
Cukup paham	=	8.39	%
Kurang paham	=	0.89	%
Tidak paham	=	0	%

### **3. PEMBAHASAN**

#### **3.1. Pengelolaan Limbah**

Limbah merupakan semua benda yang berbentuk padat (*solid wastes*), cair (*liquid wastes*), maupun gas (*gaseous wastes*), yang merupakan bahan buangan yang berasal dari aktifitas perorangan, maupun aktivitas kegiatan lainnya (*industri, rumah sakit, laboratorium, raktor nuklear dll.*). Jenis limbah dibagi 5, yaitu : Limbah Rumah Tangga (*domestic wastes*), Limbah Industri (*industrial wastes*), limbah kegiatan industri, Limbah Rumah Sakit (*hospital wastes*), Limbah perkotaan (*municipal wastes*) dan Limbah nuklir (*nuclear wastes*).

Permasalahan akibat limbah :

1. Membahayakan kesehatan manusia karena dapat membawa suatu penyakit (*vehicle*) ataupun secara langsung,
2. Kerugian secara ekonomis karena terjadi kerusakan pada benda ataupun bangunan dan hewan,
3. Mengganggu atau membunuh kehidupan akuatik,
4. Merusak keindahan (*estetika*) akibat bau busuk limbah, timbunan sampah/limbah padat,
5. Menjadikan berkembang biaknya serangga dan binatang pengganggu.

Pengelolaan Limbah/Sampah (Prinsip 3R)

#### **A. Reduce**

Prinsip : “Mengurangi Dan Menghemat”

Contoh :

- 1) Jangan boros kalau anda belanja!
- 2) Perhitungkan dengan cermat setiap rencana belanja anda!
- 3) Hemat memakai barang! Listrik, air, bahan bakar dll
- 4) Gunakan seperlunya saja, setiap pemakaian barang.
- 5) Jangan buang barang sisa yang masih dapat dipakai!
- 6) Simpan barang sisa!
- 7) Pergunakan dahulu barang yang ada ( dalam persediaan )!

- 8) Cegah pembuangan sampah di perjalanan / luar rumah!

**B. Reuse**

Prinsip : “Menggunakan Kembali Tanpa Mengalami Perlakuan”

Contoh :

- 1) Pegunakanlah barang yang dapat anda pakai beberapa kali!
- 2) Pakailah kertas pada kedua sisinya!
- 3) Sumbangkan dengan ikhlas barang yang telah tidak anda gunakan kepada yang memerlukan!
- 4) *Check* persediaan barang anda 3 bulan sekali untuk disortir disumbangkan atau diberi nilai tambah!
- 5) Kreatiflah menggunakan kembali barang-barang bekas anda!

**C. Recycle**

Prinsip : “Menggunakan Kembali Dengan Mengalami Perlakuan (Mendaur Ulang)”

Contoh :

- 1) Banggalah anda memakai pembungkus / alas makanan dari daun atau bahan lain yang mudah didaur ulang!
- 2) Hindari pemakaian plastik, styrofoam dll yang sukar didaur ulang!
- 3) Kreatiflah mendaur ulang, sediakan waktu belajar! Sisa kain menjadi selimut / lap. Biji plastik dari botol bekas. Daur ulang kertas dan pengomposan sampah tidak sukar.
- 4) Pisahkanlah limbah / sampah organik dan anorganik!
- 5) Buatlah kompos dari sampah organik (daun kebun, sisa bahan sayur)
- 6) Rapiakan sampah anorganik (kertas, plastik, logam) agar mudah diambil yang memerlukan untuk didaur ulang!

**3.2. Promosi Melalui Sosial Media yang Tepat dan Efektif**

**A. Pahami Jenis Sosial Media yang Tepat**

- 1) Kenali Pembaca Anda (umur, jenis kelamin, interest dan hal penting lainnya)
- 2) Tentukan Potensi Setiap Media Sosial

**B. Membangun Sebuah *Fans Club***

Mengumpulkan seluruh konsumen Anda agar mereka bisa mengeluarkan segala keluhan serta apa yang diinginkan terkait mengenai produk yang Anda jual pada satu tempat yang sama.

**C. Bereaksi secara efektif**

- 1) Memberikan respon dari berbagai macam pertanyaan yang berkaitan tentang produk Anda secara secepat mungkin
- 2) Usahakan melakukan *update* status secara berkala
- 3) Buatlah para pengikut akun sosial media untuk bisnis Anda percaya bahwa akun tersebut benar-benar nyata dan aktif

**D. Mendengarkan yang disampaikan konsumen**

- 1) Anda juga bisa membangun sebuah hubungan yang baik terhadap konsumen Anda, apabila komunikasi yang terjalin berjalan dengan baik.
- 2) Kedepannya konsumen tersebut bisa saja menjadi konsumen yang loyal terhadap bisnis Anda.

**E. Mengkomunikasikan pesan promosi**

- 1) Pada saat Anda melakukan promosi mengenai produk yang Anda jual, pilihlah waktu yang tepat.
  - 2) Usahakan untuk tidak update status yang berisikan mengenai promosi produk Anda setiap saat, karena hal tersebut dapat membuat *followers* Anda lama kelamaan akan merasa jenuh kemudian meninggalkan Anda.
- F. Menjalin relasi
- 1) Tidak dapat dipungkiri bahwa ketika Anda aktif dalam memanfaatkan jejaring sosial maka nanti Anda pasti bisa berkomunikasi dengan banyak orang baik yang berasal dari mancanegara bahkan internasional.
  - 2) Dalam mengoptimalkan bisnis Anda supaya dapat berkembang di media sosial, maka Anda dapat menambahkan atau memperluas relasi Anda.

## **4. KESIMPULAN**

### **4.1. Kesimpulan**

Kesimpulan dari kegiatan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) dengan tema Pengelolaan limbah dan optimalisasi *social media* sebagai pemasaran *online* dengan warga desa dan pelaku UMKM di Desa Jawisari dilaksanakan dengan sukses dan apa yang direncanakan tercapai sesuai target yaitu:

1. Bertambahnya pengetahuan tentang bagaimana mengelola limbah rumah tangga menjadi berguna dalam kehidupan sehari-hari.
2. Bertambahnya pengetahuan dengan memanfaatkan *social media* (whatsapp, Instagram dan facebook) sebagai pemasaran *online*.
3. Pemahaman tentang pengelolaan limbah mengalami peningkatan 61.61%, sedangkan untuk pemanfaatan *social media* sebagai pemasaran *online* 60.63%.

### **4.2. Saran**

1. Masih perlu adanya keseriusan dan kemauan untuk dapat mengimplementasikan materi yang sudah disampaikan.
2. Perlu adanya kesadaran masyarakat akan pentingnya suatu kegiatan.
3. Perlu adanya koneksi internet yang cepat dan handal.
4. Perlu pendampingan multi disiplin ilmu untuk meningkatkan kreatifitas yang beragam dari peserta pelatihan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- [1] N. N. K. A. Dewi and I. G. K. Warmika, "Pengaruh Internet Marketing, Brand Awareness dan Wom Communication Terhadap Keputusan Pembelian Produk Spa Bali Alus," *E-Jurnal Manaj.*, vol. 6, no. 10, pp. 5580–5606, 2017.
- [2] N. Marliani, "Pemanfaatan Limbah Rumah Tangga (Sampah Anorganik) Sebagai Bentuk Implementasi dari Pendidikan Lingkungan Hidup," *Form. J. Ilm. Pendidik. MIPA*, vol. 4, no. 2, pp. 124–132, 2015, doi: 10.30998/formatif.v4i2.146.
- [3] J. Sarwono and Prihartono, *Perdagangan Online : Cara Bisnis di Internet*. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2012.
- [4] S. A. Mulasari, A. H. Husodo, and N. Muhadjir, "Kebijakan Pemerintah dalam Pengelolaan Sampah Domestik," *Kesmas Natl. Public Heal. J.*, vol. 8, no. 8, p. 404, 2014, doi: 10.21109/kesmas.v8i8.412.

- [5] P. Kotler and K. L. Keller, *Marketing Management*, 13th ed. Pearson Education, Inc., 2016.
- [6] D. Ralitasari, "Digital marketing Berbasis Aplikasi Sebagai Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan," *J. Cakrawala*, vol. 10, no. 2, pp. 107–112, 2016.
- [7] A. R. Saleh, *Membangun perpustakaan digital: step by step*. Jakarta: Sagung Seto, 2010.
- [8] P. Kotler and G. Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, 12th ed. Jakarta: Erlangga, 2013.