

# Pelatihan dan Pendampingan Penetapan Harga Jual pada Pemasaran Produk Daur Ulang Sampah Plastik bagi Kelompok PKK

*by* Wininatin Khamimah, Dewi Urip Wahyuni, Eka Yuliati, Tegowati

---

**Submission date:** 15-May-2023 11:50AM (UTC+0700)

**Submission ID:** 2093391219

**File name:** 23.jurnal\_PKM\_genap\_2022-2023.pdf (537.32K)

**Word count:** 4192

**Character count:** 26089

## Training and Assistance in Determination of Selling Price in the Marketing of Plastic Waste Products for The PKK Group

### Pelatihan dan Pendampingan Penetapan Harga Jual pada Pemasaran Produk Daur Ulang Sampah Plastik bagi Kelompok PKK

Wininatin Khamimah<sup>1</sup>, Dewi Urip Wahyuni<sup>\*2</sup>, Eka Yulianti<sup>3</sup>, Tegowati<sup>4</sup>  
<sup>1,2,3,4</sup> Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

E-mail: <sup>1</sup>dewiuripwahyuni@stiesia.ac.id<sup>\*1</sup>, <sup>2</sup>wininatinkhamimah@stiesia.ac.id<sup>2</sup>, <sup>3</sup>ekayulianti@stiesia.ac.id<sup>3</sup>, <sup>4</sup>tegowati@stiesia.ac.id<sup>4</sup>

**Abstrack,** *The partner of our group is the PKK RT 08 RW 05 Airlangga Village, Gubeng Subdistrict, with a total of 25 people, aged 30-65 years, most of whom are pure housewives and seven people with employee status. The problem is that they don't know how to set the selling price of the recycled plastic waste products they have made. This is proven by the absence of PKK members who dare to sell their handicraft products. The products produced are in the form of bags, hoods and ecobricks. Second, they don't know how to market their products so there are no partners who dare to sell their products. Meamwhile, they make crafts only for their own use. Then, solutions are provided in the form of training, assistance in setting selling prices and product marketing so that partners know how to set selling prices and market their products. The output target achieved is that the partner knows how to set the selling price of the appropriate product so that he is able to compete in the market and knows how to market his product so that he has the courage to sell to consumers. The methods of implementing the activities are: a. Conducting face-to-face training by inviting partners to be given training on selling price setting and product marketing while still adhering to health protocols. b. Providing online assistance through whatsapp group media and video calls. This assistance is to find out the application of training materials and find out the obstacles faced by participants. Conduct face-to-face training by inviting partners to be given training on selling price setting and product marketing while adhering to health protocols. b. Providing online assistance through whatsapp group media and video calls. This assistance is to find out the application of training materials and find out the obstacles faced by participants. Conduct face-to-face training by inviting partners to be given training on selling price setting and product marketing while adhering to health protocols. b. Providing online assistance through whatsapp group media and video calls. This assistance is to find out the application of training materials and find out the obstacles faced by participants.*

**Keywords:** Training, Mentoring, Marketing

**Abstrak,** *Mitra dari kelompok kita adalah ibu PKK RT 08 RW 05 Kelurahan Airlangga Kecamatan Gubeng yang berjumlah 25 orang, dengan usia 30 – 65 tahun yang sebagian besar murni ibu rumah tangga dan tujuh orang berstatus pegawai. Permasalahannya yaitu belum mengetahui cara menetapkan harga jual produk daur ulang sampah plastik yang sudah dibuatnya. Hal ini dibuktikan belum ada anggota PKK yang berani menjual produk kerajinan tangannya. Produk yang dihasilkan berupa tas, tudung saji dan ecobrick. Ke dua, belum mengetahui cara memasarkan produknya sehingga belum ada mitra yang berani menjual produknya. Sementara, mereka membuat kerajinan tangan hanya untuk digunakan sendiri. Kemudian, diberikan solusi berupa pelatihan, pendampingan penetapan harga jual dan pemasaran produk agar mitra mengetahui bagaimana menetapkan harga jual dan memasarkan produknya. Target luaran yang dicapai adalah mitra mengetahui cara menetapkan harga jual produk yang sesuai sehingga mampu bersaing di pasar dan mengetahui kiat-kiat memasarkan produknya sehingga berani menjual kepada konsumen. Metode pelaksanaan kegiatan yaitu: a. Melakukan pelatihan secara tatap muka dengan mengundang mitra dengan diberi pelatihan tentang penetapan harga jual dan pemasaran produk dengan tetap mematuhi protokol kesehatan. b. Melakukan pendampingan secara daring melalui media whatsapp group dan video call. Pendampingan ini untuk mengetahui penerapan materi pelatihan dan mengetahui kendala yang dihadapi peserta.*

**Kata kunci:** Pelatihan, Pendampingan, Pemasaran

## PENDAHULUAN

Jumlah penduduk Surabaya sebanyak 2.970.730 jiwa berdasarkan Data Kependudukan Bersih (DKB) pada semester kedua 2020 (<https://surabaya.liputan6.com>). Di Surabaya ada 31 kecamatan dan 154 kelurahan.

Dalam kondisi geografis menyebutkan, bahwa wilayah daratan Surabaya seluas 350,4 km<sup>2</sup> dan lautan seluas 190,39 km<sup>2</sup>. (<https://www.surabaya.go.id>). Surabaya yang berpenduduk hampir mencapai 3 juta jiwa dan menjadi kota perdagangan dan perindustrian pasti menghadapi masalah penanganan sampah khususnya sampah plastik. Sampah plastik masih menjadi masalah besar dan menjadi ancaman bagi lingkungan. Berdasarkan data Lembaga Kajian Ekologi dan Konservasi Lahan Basah, setiap tahun ada 8 juta ton sampah plastik se Indonesia khususnya Pulau Jawa. Dari jumlah ini, 3 juta ton bisa di olah dan 5 ton tidak terkelola. Ada yang dibuang, ditimbun, dibakar dan 2,6 juta ton dibuang ke aliran sungai (<https://suara.com>).

Sampah adalah sisa kegiatan sehari-hari manusia dan/atau proses alam yang berbentuk padat, menurut Peraturan Daerah Kota Surabaya Nomor 5 Tahun 2014. Sampah plastik yaitu seluruh barang bekas atau tidak dipakai yang bahannya dihasilkan dari bahan kimia tak terbarukan (<https://jdih.surabaya.go.id>). Tiara dalam wininanti (2021) menyatakan bahwa plastik adalah salah satu makromolekul yang dibentuk melalui proses polimerisasi. Polimerisasi merupakan proses penggabungan beberapa molekul sederhana (monomer) melalui proses kimia menjadi molekul besar (makromolekul atau polimer). Plastik merupakan senyawa polimer yang unsur penyusun utamanya dari karbon dan hidrogen. Dalam pembuatan plastik, salah satu bahan baku yang sering digunakan yaitu naphta. Naphta adalah bahan yang dihasilkan dari penyulingan minyak bumi atau gas alam.

Fenomena yang terjadi Pemerintah tentu sulit bergerak sendiri dalam mengatasi sampah plastik, untuk itu harus melibatkan beberapa pihak, seperti kalangan akademisi, Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) dan masyarakat. Seperti diketahui, sampah dari rumah tangga merupakan salah satu penyumbang sampah terbesar setelah industri dan perdagangan. Melihat fakta ini, tentu peran ibu sangat penting dalam mengelola sampah rumah tangga karena seorang ibu adalah figur sentral dan menjadi *role model* dalam keluarga. Sangat penting melibatkan kaum ibu dalam menangani sampah plastik di Surabaya karena peran pentingnya dalam keluarga. Kaum ibu yang sudah memiliki kesadaran mengelola sampah dengan baik harus terus dibina agar mampu memanfaatkan potensi ekonomi sampah plastik. Demikian juga mitra pengabdian masyarakat saat ini adalah para ibu Kelompok PKK di RT 08 RW 05 Kelurahan Airlangga Kecamatan Gubeng yang berjumlah 25 orang. Mitra adalah kaum ibu berusia 30 – 65 tahun yang sebagian besar adalah murni ibu rumah tangga, tujuh orang berstatus pegawai.

Berdasarkan survei, mitra selama ini mengumpulkan botol, gelas plastik dan kardus dua pekan sekali ke petugas yang ditunjuk di lingkungan PKK RT. Kemudian dijual ke pengepul barang bekas. Kondisi ini telah berlangsung sekitar 10 tahun. Sudah pernah dilakukan pelatihan memanfaatkan sampah plastik menjadi kerajinan tangan dan *ecobrick*. Pengetahuan dan keterampilan mitra bertambah dalam pemanfaatan sampah plastik yang lebih inovatif setelah diadakan pelatihan. Beberapa mitra pun sudah berhasil membuat beberapa produk daur ulang sampah plastik tetapi hanya sebatas untuk digunakan sendiri. Karena mitra belum tahu bagaimana menetapkan harga jualnya dan cara memasarkan produknya. Sehingga perlu diberi pelatihan dan pendampingan lagi agar mereka mengetahui penetapan harga jual dan memasarkan produk daur ulang sampah plastik.

Harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang

diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu. Assauri dalam Aprileny & Andriani, (2018) harga merupakan beban atau nilai bagi konsumen, yang didapatkan dengan memperoleh dan menggunakan suatu produk, termasuk biaya keuangan dari konsumsi, di samping biaya sosial yang bukan keuangan, seperti dalam bentuk waktu, upaya, psikis, risiko dan prestise atau gengsi sosial. Sehingga penetapan harga dapat dipertimbangkan sebagai bagian dari fungsi diferensiasi barang dalam pemasaran. Sari (2018) dalam menentukan harga jual, perusahaan hanya melakukan perhitungan harga jual berdasarkan biaya-biaya yang telah dikeluarkan (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya kotak kardus, biaya plastik, biaya bahan bakar gas, dan biaya administrasi & umum) serta menentukan harga jual agar perusahaan dapat menutup biaya per unit dengan menambahkan persentase (laba yang diharapkan) per unit. Penetapan harga jual perlu dihitung secara cermat, selalu dievaluasi dan disesuaikan dengan kondisi perusahaan maupun pasar. Penetapan harga jual jika terlalu rendah akan merugikan pengusaha, tetapi jika penetapan harga jual terlalu tinggi maka konsumen akan pindah ke produk pesaing yang memberikan harga lebih murah dengan kualitas barang relatif sama. Itulah peran penting harga. Karena harga pada dasarnya merupakan alat untuk mengkomunikasikan nilai produk kepada konsumen.

Penetapan harga jual produk daur ulang sampah plastik bisa menggunakan salah satu dari tiga metode di atas atau menggunakan ketiganya sekaligus. Agar harga jualnya mampu bersaing di pasaran mengingat harga merupakan salah satu unsur dalam *marketing mix* (bauran pemasaran). Kotler dan Susanto (2002) dalam Saragih, (2015) pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan dari perwujudan pemberian harga, promosi dan distribusi dari barang-barang, jasa dan gagasan untuk menciptakan pertukaran dengan kelompok sasaran yang memenuhi tujuan pelanggan dan organisasi. Pemasaran merupakan upaya produsen untuk mengenalkan dan merayu konsumen agar berminat membeli produknya.

Penetapan harga jual merupakan hal yang utama yang harus dilakukan oleh pemilik usaha. Hal ini dikarenakan harga jual merupakan hal yang bisa mempengaruhi berbagai aspek dalam bisnis. Oleh karena itu, pemilik usaha perlu mengetahui cara menentukan harga jual. Dari penentuan harga jual ini akan bisa berlanjut dalam penentuan banyak hal, mulai dari *cash flow*, profit, hingga biaya yang ditanggung oleh bisnis. Selanjutnya harga jual juga akan berdampak pada konsumen. *Price sensitivity* merupakan salah satu faktor yang perlu dipertimbangkan dalam penentuan harga jual. Saat ini konsumen memiliki banyak informasi terkait produk atau jasa yang akan digunakannya dan mereka menginginkan manfaat maksimal atas uang serta waktu yang mereka keluarkan. Berdasarkan hal tersebut, muncullah suatu studi yang menunjukkan bahwa selisih sedikit saja pada harga jual dapat meningkatkan atau menurunkan profit sekitar 20%-50%. Sehingga, kita perlu mempunyai strategi penentuan harga dan menghitungnya dengan cepat.

Maka dari itu, pemilik usaha perlu menetapkan harga yang tepat agar penjualan dapat mendatangkan keuntungan. Selain itu, pebisnis juga perlu memperhatikan harga jual untuk mengamankan posisinya di pasar. Ada banyak faktor yang bisa disertakan dalam perhitungan harga jual, misalnya musim, daerah, permintaan, serta situasi pasar. Bahkan, pemilik usaha dapat menentukan harga jual dengan mempertimbangkan strategi *price competitor*. Yang harus diketahui adalah harga jual berbeda dengan *cost price* atau biaya pembelian. *Cost*

price adalah harga yang dibayarkan sebuah perusahaan ke supplier untuk membeli produk setengah jadi, komponen, atau bahan mentah yang dibutuhkan dalam proses produksi. Dalam upaya peningkatan keuntungan, harga jual dan biaya pembelian sama-sama penting. Harga jual yang ditetapkan di bawah cost price jelas akan membuat perusahaan rugi. Untuk itulah perlunya pemahaman masyarakat dalam berwirausaha dengan mempertimbangkan harga yang akan dikenakan pada produk hasil berwirausaha sendiri.

Upaya pelatihan dan pendampingan ini agar mitra berhasil menjual produk daur ulang sampah plastik. Selanjutnya dapat meningkatkan taraf hidup keluarga melalui pemanfaatan sampah plastik. Usaha pembuatan kerajinan tangan dari sampah plastik ini sedikitnya mempunyai empat dampak positif. Pertama, mengurangi sampah plastik sehingga mengatasi masalah pencemaran lingkungan. Kedua menjadi sumber penghasilan sehingga meningkatkan kesejahteraan keluarga. Ketiga, membuka lapangan kerja baru yang mampu mengurangi pengangguran. Juga bisa memberdayakan kaum ibu di sekitar tempat usaha kerajinan tangan sehingga para ibu mempunyai ketrampilan dan sumber penghasilan tambahan. Keempat, menjadi sumber finansial bagi pelaku usaha ini sehingga taraf hidupnya meningkat (Wininatin, 2021)

Cermat dalam melihat masalah menjadi peluang usaha dan sekaligus menjadi solusi masalah lingkungan merupakan hakikat *ecopreneurship*. Upaya pengurangan sampah dan sosialisasi arti penting kewirausahaan harus terus dilakukan agar sampah tidak menjadi permasalahan yang berdampak buruk bagi manusia dan lingkungan. Terkait hal itu, para pemangku kepentingan harus berupaya agar para *ecopreneur* baru bermunculan guna membantu mengatasi masalah sampah plastik sekaligus meningkatkan penghasilan masyarakat. Kirkwood and Walton (2010) dalam Yunita Ismail Masjud, (2020) menyatakan *ecopreneur adalah entrepreneur* atau wirausaha yang menjalankan bisnisnya berdasarkan prinsip-prinsip berkelanjutan (*sustainability principles*). Berarti dalam praktek bisnisnya mereka tidak hanya memikirkan keuntungan finansial sesaat, tetapi ikut terlibat dalam pelestarian lingkungan. Lubis, (2015) menyatakan bahwa lingkungan, sosial dan ekonomi merupakan tiga penggerak utama dalam meningkatkan kelompok masyarakat *ecopreneur*.

Konsep ini disebut *the triple drivers of ecopreneurship*. Pada 1990-an istilah *ecopreneurship* mulai digunakan secara luas, kemudian disebut kewirausahaan lingkungan. Schuyler, (1998) mendefinisikan *ecopreneur* adalah pengusaha yang dalam menjalankan bisnisnya tidak hanya didorong faktor keuntungan, tetapi juga kepedulian terhadap lingkungan. Melihat nilai lebih *ecopreneurship* ini, seharusnya jiwa kewirausahaan yang berwawasan lingkungan disosialisasikan dan ditumbuhkan bagi ibu rumah tangga melalui Kelompok PKK di masing-masing RT. Jika mereka berwawasan kewirausahaan, para ibu ini mungkin akan merintis menjadi wirausaha dengan mengamati potensi usaha di sekitarnya. Kaum ibu yang berwirausaha dan bisa dikerjakan di rumah, diharapkan akan lebih bahagia dan sejahtera karena mempunyai penghasilan tambahan. Dengan demikian kesejahteraan keluarga pun meningkat yang pada akhirnya akan meningkatkan kualitas sumber daya manusia Indonesia. Tujuan dari pengabdian masyarakat ini mitra dapat menghitung penetapan harga jual sehingga dapat mempromosikan produknya dan mendapatkan profit, sehingga di harapkan dapat menambah pendapatnya.

## METODE PELAKSANAAN

Bentuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada masa Pandemi Covid19 ini dilakukan dengan dua cara yaitu tatap muka dan daring (dalam jaringan). Rincian kegiatan dilaksanakan sebagai berikut:

- a. Survey pendahuluan tentang rencana kegiatan pengabdian masyarakat kepada Ketua dan Sekretaris PKK RT 08 RW 05 Kelurahan Airlangga Kecamatan Gubeng, Surabaya secara daring. Hal ini terkait surat permintaan sebagai nara sumber dari Pengurus PKK RT.
- b. Mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi Pengurus PKK secara daring.
- c. Melakukan pelatihan sesuai permasalahan yang dihadapi para anggota PKK secara *offline* atau tatap muka. Pelatihan dilakukan dengan mengundang para anggota PKK RT 08 RW 05 Kelurahan Airlangga. Peserta diberi pelatihan tentang penetapan harga jual dan pemasaran produk daur ulang sampah plastik dengan tetap mematuhi protokoler kesehatan.
- d. Melakukan pendampingan secara *online* atau dalam jaringan (daring) melalui media *whatsapp group* dan *video call* sebagai tindak lanjut kegiatan pelatihan. Pendampingan dilakukan untuk mengetahui penerapan materi pelatihan dan mengetahui kendala yang dihadapi peserta. Dalam pendampingan diharapkan Tim PKM akan mendapat masukan atau umpan balik terkait pelatihan yang telah dilaksanakan.

Dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini, mitra berpartisipasi dalam menyediakan tempat pelatihan, mengkoordinir konsumsi dan membantu mengurus administrasi terkait perijinan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Program pengabdian kepada masyarakat dirancang Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya agar mampu berkontribusi nyata dalam meningkatkan kesejahteraan dan kemajuan masyarakat Indonesia. Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan membantu para anggota PKK RT 08 RW 05 Kelurahan Airlangga Kecamatan Gubeng Surabaya dalam menetapkan harga jual dan pemasaran produk daur ulang sampah plastik yang mereka buat.

Permasalahan mitra yang pertama yaitu para anggota PKK belum mengetahui cara menetapkan harga jual produk daur ulang sampah plastik yang sudah dibuatnya. Ini ditunjukkan dengan belum ada anggota PKK yang berani menjual produk kerajinan tangan dari sampah plastik yang berhasil dibuat. Produk berupa tas, tudung saji dan *ecobrick*. Kedua, mitra belum mengetahui cara memasarkan produknya. Ini ditunjukkan dengan belum ada mitra yang berani menjual produknya. Sementara ini mereka membuat kerajinan tangan dari sampah plastik hanya untuk digunakan sendiri atau diberikan pada teman atau saudara. Oleh karena itu, akan diberikan solusi berupa pelatihan dan pendampingan penetapan harga jual dan pemasaran produk daur ulang sampah plastik. Agar mitra mengetahui bagaimana menetapkan harga jual dan memasarkan produknya.

Beberapa hari sebelum kegiatan pelatihan tim abdimas mengumumkan melalui grup WA agar peserta membawa produk daur ulang sampah plastik yang mereka buat dan alat tulis. Produk kerajinan ini digunakan untuk praktek secara langsung bagaimana menetapkan harga jualnya berdasarkan bahan-bahan dan alat yang

mereka gunakan untuk membuat produk itu.

Para ibu mengikuti kegiatan ini dengan semangat. Hal ini terlihat dari kehadiran mereka yang tepat waktu dan hampir semua peserta membawa produk daur ulangnya dan alat tulis seperti yang disarankan. Kerajinan yang dibawa berupa tas serbaguna dari bungkus plastik bekas dan tudung saji dari gelas plastic juga *ecobrick*. Beberapa kerajinan tangan ini merupakan hasil pelatihan tim abdimas STIESIA pada kegiatan pengabdian masyarakat dua periode sebelumnya, yaitu pada 4 Juli 2021 dan 6 November 2021 tentang *ecopreneurship* dengan membuat *handycraft* dari sampah plastik.

Peserta penuh konsentrasi saat dijelaskan tentang analisis biaya produksi. Mereka diajak bersama-sama tim abdimas STIESIA menghitung berapa biaya atau bahan-bahan penunjang apa saja yang digunakan untuk membuat kerajinan. Mereka juga banyak bertanya tentang materi yang disampaikan. Para peserta senang memperoleh pengetahuan yang berguna untuk memasarkan produknya. Peserta sekarang mengerti bagaimana menentukan harga jual yang sesuai agar bisa bersaing di pasaran dan mereka juga tidak rugi. Dengan tambahan ilmu ini diharapkan peserta lebih semangat membuat kerajinan dari sampah plastik karena sudah memiliki pengetahuan yang cukup dalam menjual produknya.

Sedangkan saat pendampingan yang dilakukan secara daring, disampaikan wawasan lebih dalam terkait pelatihan yang sudah dilakukan. Pada kesempatan ini para peserta menyampaikan bermacam permasalahan terkait implementasi materi pelatihan juga tentang pemanfaatan sampah plastik. Kendala atau masalah yang dihadapi peserta yaitu:

1. Anggota keluarga belum mendukung perilaku atau tindakan yang dilakukan para peserta dalam mengelola sampah plastik. Anggota keluarga membuang bungkus plastik bekas yang sudah dikumpulkan mitra/peserta pelatihan agar bisa membuat kerajinan tangan dari sampah plastik.
2. Para peserta yang tinggal di lingkungan Kampus B Universitas Airlangga merasa kesulitan menjual secara langsung pada konsumen yang dianggap potensial, yaitu para mahasiswa. Mahasiswa masih belum seluruhnya kuliah secara tatap muka akibat Pandemi Covid19, maka belum banyak mahasiswa yang kembali ke tempat kostnya.

Dari temuan masalah selama pendampingan ini, Tim PKM menyampaikan beberapa solusi, yaitu:

- a) Peserta sebaiknya terus mengedukasi pada anggota keluarga tentang betapa penting pengelolaan sampah plastik dengan tepat karena bahaya **sampah plastik bagi lingkungan**. Juga **potensi ekonomi sampah plastik yang** besar jika mau memanfaatkannya.
- b) Mitra tetap berperilaku produktif agar menjadi contoh bagi anggota keluarga terkait penanganan sampah plastik.
- c) Memberi alternatif pemasaran selain menjualnya secara langsung, yaitu melalui media sosial seperti *whatsapp, instagram* dan *face book*.



Gambar 1 kehadiran peserta dan acara pembukaan

Dalam gambar ini dapat dijelaskan bahwa pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dihadiri oleh kelompok ibu-ibu sebagai anggota PKK di wilayah RT 08 RW 05 Kelurahan Airlangga Kecamatan Gubeng Surabaya. Dalam kegiatan ini turut hadir pula ketua ibu PKK dalam membuka kegiatan tersebut.



Gambar 2 Peserta sedang belajar menghitung penetapan harga jual dengan TIM pengabdian dari STIESIA Surabaya

Sebagaimana tujuan pengabdian dilakukan untuk memberikan pemahaman bagi anggota PKK dalam mengembangkan kegiatan *Ecopreneur* melalui pemanfaatan bahan plastik menjadi produk kerajinan tangan. Dalam hal ini, tim PKM menerima berbagai macam permasalahan dari anggota PKK khususnya berkaitan dengan penetapan harga jual. Nilai jual produk kreasi sampah plastic belum dapat menunjukkan harga yang tinggi karena masih dibawah stigma masyarakat dalam memandang plastic sebagai sampah biasa. Dengan begitu perlunya pendampingan dari TIM PKM dalam mengatasi masalah tersebut.

Beberapa produk yang dikreasikan oleh anggota PKK tergolong dalam alat-alat rumah tangga yang memiliki kegunaan penting khususnya bagi ibu rumah tangga. Misalkan untuk produk tudung saji, tas plastik, kursi dan meja dari botol bekas, bingkai cermin dan lain sebagainya. Produk-produk ini merupakan buatan



anggota PKK yang sebagian besar belajar secara otodidak melalui media sosial. Selain itu, anggota PKK juga memasarkan produknya melalui media sosial seperti halnya *Instagram*, *Facebook*, dan *Whatsbap Group*.



Gambar 3 mitra membawa bungkus kopi sachetan untuk di buat tas

Produk unggulan dari anggota PKK adalah berupa tas kreasi plastik yang terbuat dari bungkus kopi maupun minuman sachet. Model tas yang dibuat juga beragam sesuai dengan model tas terbaru dan tidak ketinggalan zaman. Dengan harga yang ditawarkan dengan ukuran tas besar berkisar Rp. 50.000,00 sedangkan tas kecil berkisar Rp. 30.000,00. Harga ini terbilang masih terjangkau dengan rata-rata penghasilan ibu-ibu



Gambar 4 mitra membawa tudung saji yang terbuat dari gelas plastik dan botol plastik yang di gunakan bisa sebagai meja atau tempat duduk

Melalui kegiatan pengabdian ini, Tim PKM berharap bahwa pendampingan bagi anggota PKK dalam membuat dan mengkrasikan produk yang berasal dari sampah plastik dapat berkembang dengan baik serta dapat memberikan kebermafaatan khususnya dalam melestarikan lingkungan di wilayah RT 08 RW 05 Kelurahan Airlangga Kecamatan Gubeng Surabaya. Tentu hal ini akan membuka pemahaman masyarakat akan sampah menjadi lebih produktif jika dapat dikelola. Seyogyanya hal ini perlu diapresiasi dan didukung oleh pemerintah desa setempat dalam membantu pelaksanaan progam ini. Sampah yang tidak dinilai tentu akan dinilai jika dikembangkan oleh ibu-ibu anggota PKK sehingga dapat menambah penghasilan dan

menaikkan taraf hidup keluarga.

## KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat bagi anggota PKK telah dilaksanakan sesuai rencana. Kegiatan ini bermanfaat bagi para peserta dengan mendapat pengetahuan tentang penetapan harga jual dan pemasaran produk daur ulang sampah plastik. Tetapi para peserta yang tinggal di lingkungan Kampus B Universitas Airlangga merasa kesulitan menjual produknya secara langsung pada konsumen potensial, yaitu para mahasiswa. Mahasiswa masih belum seluruhnya kuliah secara tatap muka akibat Pandemi Covid19, maka baru sedikit mahasiswa yang kembali ke tempat kostnya. Sehingga calon konsumen juga sedikit. Berdasarkan fakta ini maka dijadwalkan pelatihan dan pendampingan lanjutan tentang pemasaran digital (*digital marketing*) pada semester ganjil 2022/2023. Ini dilakukan agar peserta bisa menjangkau pemasaran yang luas, tidak terbatas di sekitar tempat tinggal. Hal ini juga sesuai harapan peserta agar Tim. PkM STIESIA mengadakan lagi kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada anggota PKK setempat.

## SARAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bermanfaat kepada khalayak luas khususnya para peserta (Pengurus PKK), maka selanjutnya menyarankan:

1. Perlu kesinambungan kegiatan dan evaluasi atas kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Sebab dalam kegiatan ini ditemukan beberapa permasalahan yang membutuhkan pelatihan dan pendampingan seperti ini, Agar masyarakat yang berhasil membuat suatu produk mampu menetapkan harga jual dan memasarkan produknya pada konsumen.
2. Bekerja sama dengan pihak-pihak berkompeten dalam menerapkan *ecopreneurship*.
3. Mengadakan edukasi serupa kepada komunitas masyarakat lain yang berbeda.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan pengabdian yang berkaitan dengan pendampingan bagi anggota PKK lingkungan di wilayah RT 08 RW 05 Kelurahan Airlangga Kecamatan Gubeng Surabaya khususnya terkait dengan penetapan harga jual produk kreasi olahan plastik yang dibuat. Untuk itu, perlu kiranya tim memberikan apresiasi dalam membantu pelaksanaan kegiatan tersebut. Beberapa pihak yang diapresiasi dalam kegiatan ini adalah:

1. Ibu-ibu anggota PKK yang berkenan dalam mengikuti kegiatan pendampingan yang telah dicanangkan oleh Tim PKM STIESIA.
2. Pihak Kampus STESIA yang memberikan dukungan penuh baik dalam materi maupun non materi serta pengarahan bagi tim dalam melaksanakan kegiatan dan program kerja dalam kegiatan

pengabdian ini.

3. Pihak-pihak lain yang terlibat dalam kegiatan pengabdian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aprileny, I., & Andriani, R. (2018). Pengaruh Harga, Diferensiasi Produk, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian di Giant Ekstra Ujung Menteng Bekasi. *Jurnal STEI Ekonomi*, 27(1), 38–56. <https://doi.org/10.36406/jemi.v27i1.152>
- Lubis, R. L. (2015). The Triple Drivers of Ecopreneurial Action for Taking The Recycling Habits To The Next Level : A Case of Bandung City, Indonesia. *International Journal of Multidisciplinary Thought*, 05(02), 17–48. [http://www.gemicik.or.id/wp-content/uploads/2016/02/B5R59\\_RLN-1.pdf](http://www.gemicik.or.id/wp-content/uploads/2016/02/B5R59_RLN-1.pdf)
- Masjud, Y. I. (2020). Ecopreneurship As a Solution To Environmental Problems: Implication for University Entrepreneurship Education. *Journal of Environmental Science and Sustainable Development*, 3(1), 97–113. <https://doi.org/10.7454/jessd.v3i1.1041>
- Saragih, H. (2015). Analisis Strategi Penetapan Harga Dan Pengaruhnya Terhadap Volume Penjualan Pada Pt. Nutricia Indonesia Sejahtera Medan. *Jurnal Ilmiah Methonomi*, 1(2), 197048.
- Sari, Y. (2018). Analisis Penentuan Harga Jual Dengan Metode Cost Plus Pricing Dan Pengaruhnya Terhadap Laba Yang Dihasilkan Pada Ud Maju. *JURNAL AKUNTANSI DAN BISNIS : Jurnal Program Studi Akuntansi*, 4(1). <https://doi.org/10.31289/jab.v4i1.1549>
- Schuyler, G. (1998). Merging Economic and Environmental Concerns through Ecopreneurship. *Digest Number 98-8. Ewing Marion Kauffman Foundation, Kansas City, MO. Center for Entrepreneurial Leadership.*, 1–4. [https://search.proquest.com/docview/62377862?accountid=12870%0Ahttps://bibsys-almaprimo.hosted.exlibrisgroup.com/openurl/NTNU\\_UB/NTNU\\_UB\\_services\\_page?url\\_ver=Z39.8-82004&rft\\_val\\_fmt=info:ofi/fmt:kev:mtx:journal&genre=unknown&sid=ProQ:ProQ%3Aeric&atitle=M](https://search.proquest.com/docview/62377862?accountid=12870%0Ahttps://bibsys-almaprimo.hosted.exlibrisgroup.com/openurl/NTNU_UB/NTNU_UB_services_page?url_ver=Z39.8-82004&rft_val_fmt=info:ofi/fmt:kev:mtx:journal&genre=unknown&sid=ProQ:ProQ%3Aeric&atitle=M)
- Wininatin, K. (2021). Peran Ecopreneurship Dalam Mengatasi Sampah Plastik Di Surabaya (Studi Kasus Pada Asri Recycle Mojo Surabaya). *JEBDEKER: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, Bisnis Digital, Ekonomi Kreatif, Entrepreneur*, 2(2), 11–18. <https://doi.org/10.56456/jebdeker.v1i2.59>
- Kasali, R. (2010). *Membidik pasar Indonesia: segmentasi, targeting, dan positioning*. Gramedia Pustaka Utama. <https://surabaya.liputan6.com, 27 Mei 2021: Benarkah Ada Penyusutan Jumlah Penduduk di Surabaya? Diakses pada 4 Oktober 2021.>
- <https://suara.com>, 15 September 2021: *Indonesia Hasilkan 8 Juta Ton Sampah Plastik Tiap Tahun, Hanya 3 juta yang Bisa Diolah* . Diakses pada 4 Oktober 2021.
- <https://jdih.surabaya.go.id> : *Peraturan Daerah Kota Surabaya No. 5 Tahun 2014 Tentang Pengelolaan Sampah dan Kebersihan Di Kota Surabaya*
- <https://www.surabaya.go.id>: *Daftar Kecamatan dan Kelurahan di Surabaya*, diakses pada tanggal 04 Oktober 2022.

# Pelatihan dan Pendampingan Penetapan Harga Jual pada Pemasaran Produk Daur Ulang Sampah Plastik bagi Kelompok PKK

## ORIGINALITY REPORT

20%

SIMILARITY INDEX

20%

INTERNET SOURCES

3%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1

[jurnal.stiesurakarta.ac.id](http://jurnal.stiesurakarta.ac.id)

Internet Source

10%

2

[garuda.kemdikbud.go.id](http://garuda.kemdikbud.go.id)

Internet Source

4%

3

[ujiansekolah.org](http://ujiansekolah.org)

Internet Source

3%

4

[islamicpedagogia.faiunwir.ac.id](http://islamicpedagogia.faiunwir.ac.id)

Internet Source

3%

Exclude quotes Off

Exclude matches < 100 words

Exclude bibliography Off