

## Analisis *E-commerce* dengan Pembuatan *Channel Youtube* untuk Meningkatkan Penjualan di Bank Sampah Resik Becik

Miftahuddin<sup>1</sup>, Ratih Setyaningrum<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Teknik Industri, Universitas Dian Nuswantoro

Jl. Nakula I No. 5-11, Semarang 50131, Indonesia

e-mail: [512201801258@mhs.dinus.ac.id](mailto:512201801258@mhs.dinus.ac.id)<sup>1</sup>, [ratih.setyaningrum@dsn.dinus.ac.id](mailto:ratih.setyaningrum@dsn.dinus.ac.id)<sup>2</sup>

### Abstract

*The existence of a place for the community to manage waste in this case is the Resik Becik Waste Bank in Krobokan Semarang. Besides being able to reduce the level of waste disposal in Final Disposal Sites (TPA), this waste can also be used to manufacture creative products that can be marketed. The complaint in product sales at the Resik Becik Waste Bank was due to the pandemic and still using the traditional system. In an era like this, business owners really need to be creative in utilizing the sophistication of technology and information. From a communication perspective, Electronic Commerce (e-commerce) is the delivery of product/service information, or payments via telephone lines, computer networks or other electronic means. Information technology, especially the internet, greatly affects the world of marketing. With this, efforts to increase sales at the Resik Becik Waste Bank by promoting sales through social media using the youtube channel through the materials we have studied in the marketing strategy course. Based on the results of the study, it shows that youtube has the highest percentage between Intragram and tiktok.*

**Keywords:** Waste Bank, Recycling, E-commerce, Promotion, Youtube

### Abstrak

Adanya wadah bagi masyarakat dalam mengelola sampah dalam hal ini yaitu Bank Sampah Resik Becik yang berada di Krobokan Semarang. Selain dapat mengurangi tingkat pembuangan sampah di Tempat Pembuangan Akhir (TPA), sampah-sampah tersebut juga dapat dimanfaatkan untuk pembuatan produk kreasi yang dapat dipasarkan. Adanya penurunan dalam penjualan produk di Bank sampah Resik becik di karenakan adanya pandemi dan masih menggunakan system yang tradisional. Di era seperti pemilik usaha sangat di haruskan kreatif dalam memanfaatkan kecanggihan teknologi dan informasi. Dari perspektif komunikasi *Electronic Commerce* (EC) merupakan pengiriman informasi produk/layanan, atau pembayaran melalui lini telepon, jaringan komputer atau sarana elektronik lainnya. Teknologi informasi khususnya internet sangat mempengaruhi dunia marketing. Dengan adanya hal tersebut upaya peningkatan penjualan yang ada di Bank Sampah Resik Becik dengan mempromosikan penjualan melalui media sosial dengan menggunakan channel youtube melalui materi materi yang telah kami pelajari di mata kuliah strategi pemasaran. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan youtube memiliki jumlah persentase tertinggi diantara intragram dan tiktok.

**Kata kunci:** Bank Sampah, Daur Ulang, E-commerce, Promosi, Youtube

## 1. Pendahuluan

Setiap tahunnya jumlah sampah selalu makin bertambah hingga bernilai 10%, sedangkan total luas dari TPA Jatibarang hanyalah 4,5 ha. diprediksi bahwa area tersebut penuh untuk kurun waktu selama 5 tahun kedepan. Dalam waktu satu hari, rerata jumlah volume sampah dikirimkan ke TPA sebesar 400 rit (ritase truk) setiap hari. Sementara, kapasitas tampung dari TPA Jatibarang ialah 4,15 juta m<sup>3</sup> serta tingkat kedalaman sampah mencapai 40 m. Kota Semarang mempunyai populasi penduduk sebanyak 1,4 juta jiwa. Sementara, produksi dari sampah setiap harinya sebesar 4.725 m<sup>3</sup> serta yang terangkut sebesar 4.150 m<sup>3</sup> sehingga sampah yang tidak mampu terangkut sebesar 565 m<sup>3</sup>/hari [1]. Adanya media bagi warga di dalam tata kelola persampahan dalam hal ini ialah Bank Sampah Resik Becik dengan lokasi di daerah Krobokan Semarang. Melalui observasi, bank Sampah Resik Becik tersebut mengimplementasikan mekanisme pemberdayaan untuk masyarakat dengan pengelolaan sampah terpadu dalam wujud tabungan sampah. Dimana selain mampu mereduksi jumlah pembuangan dari sampah melalui Tempat Pembuangan Akhir (TPA), semua sampah yang akan dibuang juga mampu dimanfaatkan ulang untuk material pembuatan produk-produk kreasi yang bernilai ekonomi.

Masalah yang dihadapi pada Bank Sampah Resik Becik kemudian menjadi objek penelitian ini adalah adanya penurunan dalam penjualan produk yang terjadi. Penurunan penjualan sendiri pada Bank Sampah Resik Becik disebabkan karena pandemi serta masih mempergunakan sistem yang konvensional yaitu pembeli langsung datang di tempat penjual [2]. Oleh karena hal tersebut penulis melakukan pengumpulan data melalui wawancara terhadap pemilik dapat menjadi patokan pengaruh peningkatan penjualan melalui *e-commerce* dengan pembuatan *channel* youtube sebagai media promosi produk.

## 2. Metode Penelitian

Penulis di tempatkan oleh pemilik pada bagian *e-commerce*. Penulis melakukan observasi dan analisa SWOT berupa kekuatan (*Strenghts*), peluang (*Oppurtunities*), kelemahan (*Worknesses*), tantangan (*Threats*) [3]. Dilakukan wawancara secara mendalam mengenai media sosial yang dianggap menarik saat ini dan dari nilai persentase dapat dijadikan patokan untuk memilih media sosial. Dinyatakan youtube media yang paling menarik dan sering digunakan. Pembuatan *channel* youtube untuk menganalisis seberapa besar antusias masyarakat menonton youtube sebagai media paling efektif untuk promosi.

## 3. Hasil dan Analisis

### 3.1 Gender

Melalui hasil dari wawancara yang telah dilakukan terhadap pemilik Bank sampah Resik Becik dan beberapa bapak dan ibu-ibu terkait. Penulis telah melakukan wawancara dengan mendalam dengan total responden berjumlah 15 orang. Dimana 10 responden ber-gender perempuan dan 5 responden dengan gender laki-laki.

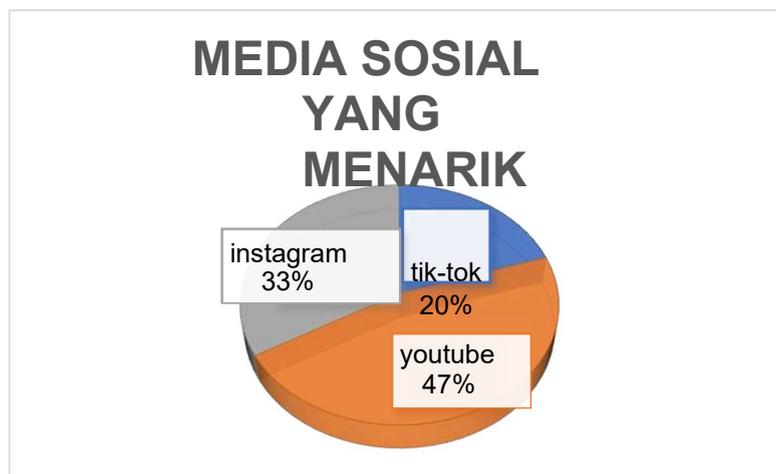


Gambar 1. Diagram Responden Berdasarkan Gender

### 3.2 Media Sosial yang Menarik

Penulis melakukan wawancara yang mendalam mengenai media sosial yang dianggap menarik saat ini. Melalui hasil dari wawancara yang selesai dilakukan, media youtube memiliki

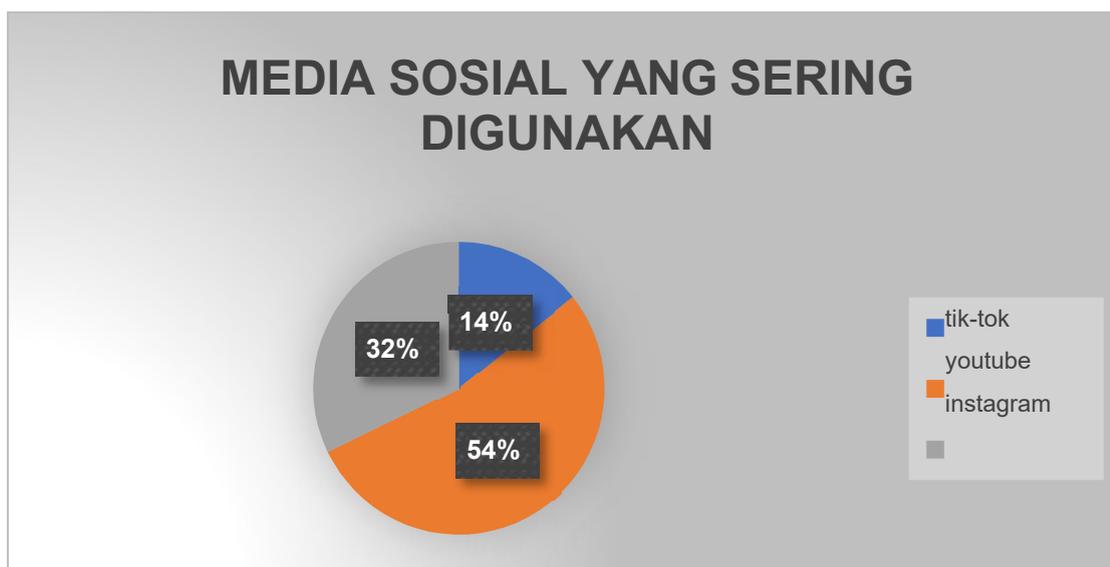
tingkat persentase tertinggi diantara intragram serta tiktok. Diketahui bahwa youtube memiliki jumlah persentase 47%. Instagram menduduki peringkat ke-dua dalam hal media sosial yang menarik dengan jumlah persentase sebesar 33%. Disamping itu, dikarenakan kemudahan fitur instagram membuat orang-orang lebih senang dalam menggunakan intragram. Media sosial tiktok didapatkan hasil sebesar 20%.



Gambar 2. Persentase Media Sosial yang Menarik

### 3.3 Media Sosial yang Digunakan

Berdasarkan media sosial yang menarik dari pernyataan responden youtube memiliki jumlah tertinggi disusul oleh instagram dan tik-tok. Youtube mendapatkan presentasi sebesar 54%, instagram memiliki persentase sebesar 32% dan tiktok memiliki persentase sebesar 14%. Pernyataan ini diberikan dikarenakan melihat keseringan pengguna dalam pemakaian aplikasi media sosial, keramahan aplikasi yang ditawarkan kepada pengguna serta aktifitas penggunaan responden dalam aplikasi.



Gambar 3. Persentase Media Sosial yang Digunakan

### 3.4 Analisa SWOT

Analisa SWOT (*Strenght, Weakness, Oppurtunities, dan Threats*) adalah sebuah analisis yang digunakan untuk mengetahui apa saja kekuatan, kelemahan, keuntungan, dan tantangan [4] yang dihadapi oleh Bank Sampah Resik Becik. Adapun analisa SWOT melalui Bank Sampah

Resik Becik yang dilihat berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan pemilik adalah sebagai berikut.

Tabel 1. Hasil Analisa SWOT

<b>Strengths</b>	<b>Weakness</b>
Kekuatan dari BSRC yaitu: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Produk yang dihasilkan dari BRSC adalah produk yang berasal dari daur ulang limbah plastik</li> <li>- Harga terjangkau</li> <li>- Produk berkualitas</li> <li>- Jenis produk bervariasi dan beragam</li> </ul>	Kelemahan dari BSRC yaitu: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Penataan tempat yang kurang maksimal</li> <li>- Belum optimalnya promosi yang dilakukan, khususnya melalui media online</li> <li>- Lokasi tempat yang kurang strategis dan sulitnya akses transportasi umum</li> </ul>
<b>Oppurtunities</b>	<b>Threats</b>
Peluang dari BSRC yaitu: <ul style="list-style-type: none"> <li>- BSRC memiliki peluang menjadi UMKM yang dapat menjadi pusat percontohan dalam pengembangan prodak dari daur ulang limbah plastik</li> <li>- Konsumen dapat membeli produk yang unik dan khas yaitu produk yang berasal dari limbah sampah plastik</li> </ul>	Tantangan dari BSRC yaitu: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Perlunya penataan ulang area kerja di lokasi tersebut</li> <li>- Pengembangan dan pembuatan media promosi online agar BRSC dapat memasarkan produknya melalu media online</li> <li>- Dilakukannya pencantuman titik pada google map agar minimal tempat mudah untuk diketahui</li> </ul>

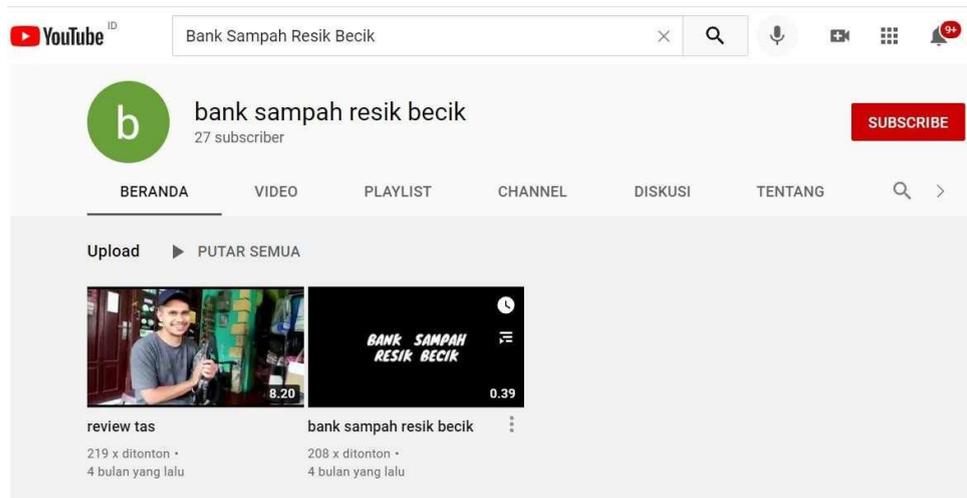
### 3.5 Pembuatan Media Sosial Youtube

*Content marketing* adalah salah satu upaya yang dipergunakan dalam menarik atensi pelanggan [5]. Gambar 4 adalah alur proses dalam pembuatan media akun youtube untuk promosi produk- produk Bank Sampah Resik Becik. Selama masa ini konten marketing sendiri telah marak digunakan dikarenakan percepatan perkembangan media teknologi dan *booming*-nya youtube pada 3 tahun terakhir, sehingga banyak bisnis yang telah melakukan promosi melalui media konten marketing. Dikarenakan menurut survei yang telah dilakukan 80 persen indera penglihatan lebih cenderung menyerap informasi lebih banyak. Berikut ini adalah alur pembuatan akun youtube dan *content marketing* sebagai media promosi.



Gambar 4. Alur Proses Pembuatan Media Sosial Youtube

Berdasarkan alur bagan, diketahui adalah hal pertama yang dilakukan adalah pembuatan akun youtube sebagai tempat promosi. Setelah akun youtube dibuat dilakukannya persiapan serta pembuatan *content marketing* yang berisi mengenai review produk- produk yang terdapat pada Bank Sampah Resik Becik. Setelah selesai dilakukannya pembuatan content, proses selanjutnya adalah editing video dan pengunggahan *content marketing* di akun youtube Bank Sampah Resik Becik. Dari hasil pembuatan akun youtube tersebut. Berikut ini adalah akun Youtube dari Bank Sampah Resik Becik. Dengan link video sebagai berikut ini: [https://www.youtube.com/channel/UCOerIHULV\\_OuU528VyuzYXA](https://www.youtube.com/channel/UCOerIHULV_OuU528VyuzYXA)



Gambar 5. Tampilan Youtube Bank Sampah Resik Becik

Dilihat : 427 dilihat dar 2 video yang telah di Upload  
 Like : 18 like dari total 2 video  
 Dislike : 0 dari total 2 video  
 Subscriber : 27  
 Sumber : Akun youtube Bank Sampah Resik Becik, 2021



Gambar 6. Video Youtube Bank Sampah Resik Becik

Berdasarkan data tersebut diketahui, bahwa terdapat antusias dalam menonton video youtube, dikarenakan suatu iklan bagi mereka melalui media youtube lebih tersampaikan semua isi dari pesan dibandingkan dengan harus datang langsung ke toko maupun iklan yang dalam bentuk tulisan. Adapun produk yang di promosikan melalui content marketing youtube adalah semua produk yang ada pada Bank Sampah Resik Becik. Gambar 7 berikut ialah beberapa contoh produk yang dipromosikan menjadi *content marketing*.



Gambar 7. Produk Bank Sampah Resik Becik

#### 4. Kesimpulan

Melalui hasil dari analisa serta pembahasan yang telah dilakukan sebelumnya, maka bentuk kesimpulan yang diperoleh adalah sebagai berikut ini.

- a. Dari analisis yang dilakukan guna meningkatkan penjualan secara efektif maka dilakukan analisa SWOT. Hasil analisa SWOT menunjukkan Kekuatan (*Strengths*) bahwa produk yang dihasilkan berasal dari limbah plastik, harga terjangkau, produk berkualitas, jenis produk bervariasi dan beragam. Peluang (*Opportunities*) bahwa BRSC memiliki peluang menjadi UMKM dan konsumen dapat membeli produk unik dan khas. Kelemahan (*Weaknesses*) bahwa kurang maksimalnya penataan tempat dan promosi melalui media sosial dan kurang strategisnya lokasi. Tantangan (*Threats*) bahwa perlunya penataan ulang area kerja lokasi, pengembangan dan pembuatan media promosi online, dilakukannya titik pada google map.
- b. *Content marketing* adalah strategi promosi atau pemasaran yang digunakan Bank Sampah Resik Becik melalui media youtube dan berupa video. Pemilihan media youtube karena hasil wawancara youtube menjadi media yang paling menarik dan sering digunakan berdasarkan jumlah persentase responden.
- c. Dengan adanya media promosi melalui *content marketing* melalui media youtube diketahui memiliki peran yang penting dalam mendongkrak penjualan produk-produk yang ada di Bank Sampah Resik Becik.

#### Referensi

- [1] DINAS KEBERSIHAN DAN PERTAMANAN KOTA SEMARANG. TPA JATIBARANG [Internet]. mapgeo.id/dkp/index.php/pembuangan/tpa. 2012. Available from: <http://mapgeo.id/dkp/index.php/pembuangan/tpa>
- [2] Masturi H, Hasanawi A, Hasanawi A. Jurnal Inovasi Penelitian. J Inov Penelit. 2021;1(10):1–208.
- [3] Philip K, Keller KL. Manajemen pemasaran. Jakarta: Erlangga. 2009;
- [4] Nisak Z. Analisis Swot Untuk Menentukan Strategi Kompetitif. Academia. 2013;468–76.
- [5] Baltas PL. Content marketing - the fundamental tool of digital marketing. Bulletin of the Transilvania University of Brasov. Econ Sci [Internet]. 2015;2(8):111–8. Available from: [http://webbut.unitbv.ro/BU2015/Series V/BILETIN I/15\\_Patrutiu.pdf](http://webbut.unitbv.ro/BU2015/Series V/BILETIN I/15_Patrutiu.pdf)