

**PENGEMBANGAN PRODUK SAMPAH KALENG YANG SUSTAINABLE DENGAN  
PEMASARAN DIGITAL**  
*DEVELOPMENT OF SUSTAINABLE CAN WASTE PRODUCTS WITH DIGITAL  
MARKETING*

**Johny Budiman<sup>1</sup>, Edvan Suwandi<sup>2</sup>, Julius Kurnaedi<sup>3</sup>, Tan Le Xuan<sup>4</sup>**

Jurusan Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Manajemen,  
Universitas Internasional Batam,  
Sei Ladi, Jl. Gajah Mada, Baloi Permai, Kec. Sekupang, Kota Batam, (0778) 7437111  
\*e-mail korespondensi: edvansuwandi21@gmail.com

**ABSTRAK**

*Sampah anorganik merupakan sampah yang tidak mudah diurai contohnya seperti sampah plastik, kaleng, logam, kaca, dan lainnya. Oleh karena itu dibutuhkan sumber daya manusia untuk di mengolahnya kembali sampah tersebut agar dapat mengurangi sampah anorganik tersebut. Adapun produk hasil dari kelompok kami yaitu mengolah salah satu sampah anorganik itu yaitu sampah kaleng, yang kami daur ulang menjadi Scented Candle dengan menggunakan sumber daya manusia dari ibu rumah tangga, anak yang putus sekolah, maupun yang pengangguran. Setelah jadi produknya akan di pasarkan offline maupun online bertujuan untuk mengurangi sampah anorganik sekaligus memberikan manfaat lain bagi kesehatan tubuh seperti bau aroma terapi dari Scented Candle tersebut. Juga memberikan dampak yang baik terhadap sumber daya manusianya karena memberikan kreativitas dan keuntungan dari hasil penjualan.*

**Kata kunci:** Sampah anorganik, scented candle, pemasaran digital

**ABSTRACT**

*Inorganic waste is waste that is not easily decomposed, for example, plastic waste, cans, metal, glass, and others. Therefore, human resources are needed to reprocess the waste in order to reduce the inorganic waste. The product from our group is processing one of the inorganic wastes, namely trash cans, which we recycle into Scanted Candles using human resources from housewives, children who have dropped out of school, and those who are unemployed. Once finished, the product will be marketed offline and online, which aims to reduce inorganic waste while providing other benefits for health such as the aromatherapy smell of the Scanted Candle. It also has a good impact on its human resources because it provides creativity and profits from sales.*

**Keywords:** Inorganic waste, scented candle, digital marketing

**PENDAHULUAN**

Di Indonesia terdapat banyak sampah maupun limbah yang dari organik hingga anorganik, banyakpun masyarakat yang masih membuang sampah tidak pada tempatnya sehingga menimbulkan polusi salah satu cara untuk mengatasi permasalahan tersebut adalah

harus adanya kesadaran dari masyarakat untuk tidak membuang sampah sembarangan dan mengurangi sampah yang sulit di urai yaitu sampah anorganik. Adapun salah satu cara untuk mengurangi sampah yang susah di urai ini dengan mendaur ulang kembali salah satu sampah anorganik yaitu sampah kaleng

yang di daur ulang menjadi kreativitas *Scented Candle*.

Dengan ini dapat mengurangi sampah tersebut tetapi tidak hanya mengurangi sampah, ini akan menjadi peluang untuk anak-anak yang terlantar serta membuka lapangan pekerjaan sehingga dapat memberikan kreativitas serta pendapatan. Seperti yang kita ketahui, dengan adanya pandemi Covid-19 ini membuat banyak sekali orang kehilangan pekerjaan sehingga untuk memenuhi kebutuhan hidup sendiri juga kurang cukup. Oleh karena itu, pemberian donasi akan lebih berkurang untuk yayasan yang menampung anak-anak terlantar ini.

Hal ini dapat membantu yayasan tersebut untuk membantu memperoleh pendapatan sehingga dapat memberlangsungkan kehidupan anak-anak terlantar ini di masa pandemi ini. Kaleng merupakan jenis sampah atau limbah anorganik yang tidak menimbulkan bau busuk. Oleh karena itu, limbah jenis ini dapat didaur ulang menjadi sesuatu yang dapat dimanfaatkan kembali yang merupakan salah satu cara terbaik untuk mendaur ulang limbah jenis ini.

bisnis ini akan dilakukan dengan cara mempromosikan limbah kaleng bekas ini menjadi sebuah kreativitas *Scented Candle* yang dapat digunakan kembali di sosial media dan menjualnya di toko online. Tujuan mendaur ulang limbah kaleng bekas ini menjadi sebuah *Scented Candle* adalah untuk mengurangi dampak negatif bagi bumi karena seperti yang diketahui, banyak *Scented Candle* yang kemasannya terbuat dari bahan

plastik sehingga akan menyebabkan pencemaran lingkungan.

produk ini untuk membantu mengurangi sampah plastik sekaligus membuka lapangan pekerjaan baru dengan memanfaatkan anak-anak terlantar dari sebuah yayasan untuk membantu memberlangsungkan kehidupan anak-anak ini selama pandemi Covid-19, serta mengasah kreativitas anak-anak untuk memanfaatkan barang-barang bekas menjadi sebuah barang yang dapat dijual sehingga mendapatkan penghasilan.

## **METODE**

### **a. Tahap Persiapan**

Tahap ini adalah tahap dimana sebelum melakukan proses pembuatan produk, ditahap ini akan dilakukannya persiapan-persiapan seperti desain produk dan analisa SWOT produk guna untuk memastikan keberhasilan dari project ini.

### **b. Tahap Pelaksanaan**

Tahap pelaksanaan ini dilakukan dengan mengumpulkan data-data yang diperlukan dalam menjalankan project ini dengan menggunakan metode studi literatur yang dimana mengumpulkan data-data berdasarkan karya ilmiah yang berkaitan dengan artikel ini.

### **c. Tahap Evaluasi**

Tahap ini akan dilakukan evaluasi terhadap produk yang telah dibuat. Produk ini dibuat menggunakan kaleng bekas untuk mengurangi limbah kaleng bekas yang dibuang tanpa didaur ulang. Dengan memanfaatkan kaleng bekas ini,

diproduksi sebuah scented candle yang menggunakan wadah kaleng tersebut.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### a. Analisa Bisnis Sosial

Bisnis adalah kegiatan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan yang memproduksi dan mendistribusikan produk mereka untuk dijual ke pasaran atau memberikan harga untuk jasa yang diberikan. Menurut Grififin (2007), bisnis adalah organisasi yang menghasilkan barang dan jasa untuk masyarakat dengan maksud memperoleh laba.

Kemudian, ada yang dinamakan bisnis sosial, bisnis sosial ini sedikit berbeda dikarenakan bisnis ini mempunyai tujuan untuk mensejahterakan masyarakat dengan mengatasi masalah-masalah yang ada di lingkungan. Bisnis sosial ini tidak terlalu memprioritaskan keuntungan tetapi tetap mendapatkan pendapatan melalui produksi dan medistribusi produk atau jasa yang disediakan perusahaan.

Di project ini, produk *scented candle* akan menggunakan wadah kaleng bekas hasil anak-anak yang berada di panti asuhan yang bersedia untuk membuat produk ini, anak-anak ini akan membuat desain pada kaleng bekas dan membuat *scented candle* yang akan didistribusikan ke pasar.

hasil pendapatan dari bisnis ini kepada panti asuhan untuk

membantu anak-anak menempuh pendidikan lebih lanjut dan membantu dalam biaya-biaya sehari-hari mereka dan berharap bahwa dengan bekerja sama dengan mereka, anak-anak dapat menunjukkan sisi kreativitas mereka dan mendapatkan pengalaman kerja untuk masa depan mereka. Selain membantu panti asuhan, bisnis ini juga membantu lingkungan diarekan menggunakan limbah kaleng bekas sebagai wadah dibandingkan kaca, dengan dilakukannya hal ini akan terjadi penggunaan limbah kaleng yang biasanya hanya dibuang tanpa didaur ulang.

### b. Analisa Sustainable

*Sustainable* adalah metode dimana memprioritaskan keberlanjutan lingkungan, ekonomi, dan sosial tetapi tetap mendapatkan keuntungan dari proses suatu bisnis. Penerapan bisnis yang berkelanjutan harus mempertimbangkan faktor-faktor seperti lingkungan, ekonomi, dan sosial dalam membuat keputusan.

Bisnis berkelanjutan ini juga membuat pandangan masyarakat terhadap perusahaan semakin baik dikarenakan bersikap profesional dan lebih mementingkan 3 faktor sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa bisnis berkelanjutan ini berkontribusi dalam meningkatkan dan mempertahankan reputasi dari sebuah bisnis.

Dalam memproduksi *scented candle* ini menggunakan wadah kaleng bekas dibandingkan bahan-bahan lainnya seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya. Penggunaan kaleng bekas ini dikarenakan limbah ini sudah bertambah terus menerus tetapi tidak diaur ulang. kaleng bekas ini akan dijadikan wadah secara terus-menerus untuk membantu pengurangan limbah dan mencari bahan lain yang dapat digunakan sebagai wadah untuk mengurangi limbah tersebut juga. Tujuan utama dari membuat bisnis *sustainable* ini adalah dengan cara memanfaatkan limbah-limbah yang dapat digunakan sebagai wadah dengan memulainya menggunakan limbah kaleng.

#### **c. Analisa Project Bisnis**

*Project* adalah gabungan dari beberapa unsur yang digunakan untuk merencanakan dan mengeksekusi ide yang telah dirancang oleh perusahaan untuk mencapai tujuan dan memenuhi ekspektasi konsumen. Terdapat 4 unsur dalam menjalankan sebuah project, yaitu:

1. Ruang lingkup, menentukan ruang lingkungannya dengan menentukan biaya-biaya yang diperlukan, tenaga kerja, dan waktu untuk menyelesaikan project dengan tepat.
2. Sumber daya, menentukan divisi-divisi para tenaga kerja yaitu anak-anak panti asuhan. Pembagian divisi seperti divisi

pembuatan produk, divisi pemasaran, dan lain-lain.

3. Waktu, menentukan kapan selesai project ini, penulis menargetkan dalam waktu 1 tahun sudah dapat berjalan dengan lancar dalam memproduksi dan mendistribusikan produk.
4. Biaya, menentukan biaya yang diperlukan dalam menjalankan project ini yang berkisar sekitar Rp 500.000.000. Biaya-biaya tersebut termasuk penyewaan tempat, renovasi, pembelian mesin, pembelian bahan-bahan, dan lain-lain.

#### **d. Analisa Pemasaran digital**

Pemasaran digital adalah proses bisnis yang dimana memanfaatkan media digital seperti internet, media sosial, dan sebagainya untuk mempromosikan produk atau jasa yang dimiliki oleh sebuah perusahaan. Sudah banyak perusahaan yang menggunakan metode digital ini dikarenakan biayanya yang murah tetapi jangkauannya sangat luas yang berdampak peningkatan nama suatu brand.

Untuk pemasaran digital, penulis akan menggunakan platform-platform media sosial dan e-commerce yang banyak digunakan oleh masyarakat, seperti *Instagram Ads*, *Facebook Ads*, *Tiktok Ads*, Tokopedia, Shopee, dan lain-lain untuk mempromosikan produknya dengan luas tanpa mengeluarkan biaya yang terlalu besar.

**e. Analisa SWOT (Strength, Weakness, Opportunities, Threats)**

Analisa ini digunakan untuk menganalisa *Strength, Weakness, Opportunities, Threats* yang terdapat di sebuah perusahaan guna untuk berkembang. Oleh karena itu, penjelasan lebih detail mengenai SWOT adalah sebagai berikut:

Analisa & Penerapan Strategi SWOT	
Strength	Weakness
1. Bahannya yang ramah lingkungan 2. Tidak memerlukan biaya yang terlalu besar 3. Dapat dipromosikan sebagai bisnis sosial	1. Membutuhkan waktu yang lama untuk produksi dikarenakan tenaga kerjanya berupa anak-anak 2. Susah untuk menarik perhatian masyarakat dikarenakan akan
Opportunities	Threats
1. Belum banyak adanya pelaku bisnis yang memanfaatkan kaleng bekas sebagai wadah scented candle 2. Akan didukungnya oleh masyarakat-masyarakat dikarenakan menggunakan limbah daripada dibuang tanpa didaur ulang	1. Akan munculnya produk yang mirip dikarenakan banyak pelaku bisnis yang akan merasa ini merupakan peluang bisnis 2. Ketidakpercayaannya masyarakat atas keahliannya produk dikarenakan diproduksi menggunakan kaleng bekas
Strategi	
1. Membuat Produk dengan memanfaatkan limbah kaleng bekas untuk menarik perhatian pasar 2. Selalu melakukan inovasi dan menerapkannya kedalam produk 3. Membuat perencanaan terhadap produk untuk mengatasi kelemahan yang dimiliki produk 4. Selalu memantau pasar apakah ada perkembangan atau kompetitor yang ikut bersaing dipasar yang sama	

Gambar 1. Tabel Analisa & Penerapan strategi SWOT

(Sumber: Data Diolah oleh Penulis)

**f. Analisa Proses manajemen proyek**

Proses manajemen proyek ini adalah gabungan dari beberapa tahap yang harus dilakukan dalam menjalankan sebuah project dari awal hingga selesai. Berikut merupakan 5 tahapan dalam proses manajemen proyek yang terdiri dari Inisiasi, di tahap ini akan ditentukannya tujuan dari bisnis ini, tujuan dari bisnis ini adalah pengurangan limbah kaleng bekas dan membantu anak-anak panti asuhan.

1. Perencanaan, menentukan supplier dari bahan-bahan yang akan dibutuhkan, menentukan panti asuhan yang ingin bekerja sama, dan mendapatkan budget untuk menjalankan bisnis ini.
2. Eksekusi, melaksanakan bisnis sesuai dengan perencanaan dengan bekerja sama dengan panti asuhan dan membuat produk.
3. Pemantauan dan pengendalian, Penulis akan melakukan pemantuan kepada tenaga kerja dan produksi apakah sudah berjalan baik atau belum.
4. Penutupan, di tahap terakhir ini akan melakukan dokumentasi dan membuat bisnis ini berjalan terus agar dapat mengurangi limbah dan membantu anak-anak panti asuhan terus-menerus.

**PENUTUP**

bisnis sosial layak dilakukan dikarenakan sangat membantu lingkungan dan masyarakat, seperti membantu anak-anak panti asuhan untuk mendapatkan pendapatan sendiri dan mendapatkan pengalaman kerja. Tetapi dalam menjalankan bisnis pasti membutuhkan analisa-analisa yang penting seperti analisa bisnis sosial, *sustainable*, project bisnis, pemasaran digital, SWOT, manajemen proyek guna untuk mencegah adanya kesalahan dalam menjalankan sebuah project. Analisa-analisa tersebut dapat membantu dalam memperjelas tahap-tahap dalam menjalankan bisnis kepada para calon investor, jadi para calon investor

percaya dan ingin berinvestasi kepada bisnis sosial ini. Saran penulis untuk para pembaca adalah mengerti tahapan dalam menjalankan sebuah bisnis dan penulis berharap para pembaca dapat terinspirasi dengan artikel ini dan membuat bisnis berkelanjutan mereka sendiri dan membantu lingkungan dan masyarakat dimasa yang akan datang.

### UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua orang yang membantu dalam pembuatan artikel ini terutama Bapak Bapak Johny Budiman selaku dosen dalam membantu penulisan artikel ini dan Universitas Internasional Batam yang membantu dalam memfasilitasi dalam penulisan artikel ini.

### DAFTAR RUJUKAN

Dwianto, Agung. (2018). *Social Entrepreneurship: Inovasi dan Tantangannya di Era Persaingan Bebas*.

[https://www.researchgate.net/publication/326555450\\_SOCIAL\\_ENTREPRENEURSHIP\\_INOVASI\\_DAN\\_TANTANGANNYA\\_DI\\_ERA\\_PERSAINGAN\\_BEBAS](https://www.researchgate.net/publication/326555450_SOCIAL_ENTREPRENEURSHIP_INOVASI_DAN_TANTANGANNYA_DI_ERA_PERSAINGAN_BEBAS)

Astuti, Novi. (2020). Pengertian Bisnis Menurut Para Ahli, dari Tujuan hingga Jenisnya.

<https://www.merdeka.com/jabar/pengertian-bisnis-menurut-para-ahli-dari-tujuan-hingga-jenisnya-kl.html>

Haryanto, Agni (2021). Project Adalah Apa Serta Bagaimana Pengaturannya.

<https://www.jojonomic.com/blog/project-adalah/>

Wirotama, Samahita (2017). 4 Unsur dalam Manajemen Proyek.  
<https://samahitawirotama.com/4-unsur-dalam-manajemen-proyek/>

Jurnal entrepreneur (2021). Pengertian, Kelebihan, Jenis dan Strategi Digital Marketing.  
<https://www.jurnal.id/id/blog/mengenai-digital-marketing-konsep-dan-penerapannya/>