

Peningkatan Kreativitas Masyarakat dalam Mengolah Limbah Sedotan Plastik menjadi Tempat Tissue

Emawrdana^{1*}, Cintia Apsari², Afriana³, Sapar⁴, Samsinar⁵

emawrdna@gmail.com¹, cintiaapsari75@gmail.com², afriana930@gmail.com³,
sapar@umpalopo.ac.id⁴, samsinar@umpalopo.ac.id⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Muhammadiyah Palopo

Article History:

Received: 01-04-2023

Revised: 10-05-2023

Accepted: 13-07-2023

Keywords:

Crafts

Plastics

Straws

Tissue

Value

Abstract: *The use of plastic straws to make tissue box crafts that are worth selling. The purpose of the student creativity program - entrepreneurship (PKM-K) is to motivate students to become entrepreneurs in processing waste, especially into crafts that have market value, such as tissue box crafts. Plastic straw waste in the Palopo City environment is one of the elements that causes pollution which is not easy to decompose because it is made from plastic and is inorganic. Utilizing plastic straw waste into valuable products is a creative effort to reuse waste to preserve the environment and increase the economic value of waste that is no longer used. The methods used are the input, process (production), output and evaluation stages. The results of this program are input, conducting market surveys to determine market conditions. Next is a feasibility study of the business to be run. The last stage is the selection of materials and the provision of places as well as facilities and infrastructure to support the production process. Process (production), the process of making a tissue box starts from the preparation of materials and tools. Output, namely the craft of tissue holders that are ready to be used and marketed to consumers. The last is evaluation. At this stage, we will review any deficiencies that make consumers uncomfortable using our products. The conclusion of the PKM-K program is that the use of plastic straws to make tissue box crafts that are worth selling can provide skills to students, especially at the Muhammadiyah University of Palopo, to remain innovative and creative in processing plastic straw waste, providing opportunities for students to practice entrepreneurship with a comprehensive understanding of the concept of entrepreneurship, and build students' enthusiasm to stay in business.*

Copyright © 2023 the Authors

This is an open access article
under the CC BY-SA License.

Pendahuluan

Sampah adalah masalah di Indonesia yang dapat berdampak buruk bagi iklim dan kesejahteraan umum, Pertambahan jumlah penduduk setiap tahunnya berkaitan erat dengan produksi sampah. Gaya hidup masyarakat juga menjadi faktor meningkatnya volume dan jenis sampah. Sejak kecil hingga dewasa setiap orang berbagi tanggung jawab untuk menjaga

kebersihan lingkungan. Menurut data BPS (2018), jumlah penduduk Indonesia mencapai 261,89 juta jiwa pada tahun 2017. Tingginya timbunan sampah akibat dari aktivitas manusia. Volume sampah sangat dipengaruhi oleh pertumbuhan penduduk dan pilihan gaya hidup (Qamari, 2019). Sampah adalah zat yang tidak terpakai dari makhluk, manusia, dan tumbuhan, yang dikirim ke alam dalam struktur yang kuat, cair, dan menguap. Berdasarkan kecenderungannya, limbah dibagi menjadi limbah alami (dapat terurai), limbah anorganik (tidak membusuk dan membusuk tetapi dalam jangka waktu yang lama) dan limbah B3 (bahan berbahaya) (Muis et al., 2022).

Karena plastik pada dasarnya adalah alat yang hanya sekali pakai, memiliki standar kebersihan yang tinggi dan cukup murah untuk diproduksi dalam jumlah besar dan mudah didapat, maka banyak digunakan di masyarakat. 1 Menurut studi Bank Dunia tahun 2012, 1,3 miliar ton limbah padat dihasilkan setiap tahunnya dari berbagai kota di seluruh dunia. Volume ini diperkirakan akan meningkat menjadi 2,2 miliar ton pada tahun 2025. Diperkirakan juga bahwa tingkat timbunan sampah akan menjadi dua kali lipat dalam dua puluh tahun ke depan di negara-negara berpenghasilan rendah. Hal ini berdampak pada estimasi biaya pengelolaan sampah yang akan meningkat dari semula sebesar 205,4 miliar US dolar per tahun menjadi sekitar 375,5 miliar US dolar pada tahun 2025.2.(Wahyudin & Afriansyah, 2020). Salah satu masalah yang dihadapi masyarakat perkotaan adalah peningkatan sampah, terutama untuk sampah plastik karena ringan, tahan karat, dan murah, plastik masih digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Plastik dapat mencemari tanah dan air karena mengandung zat berbahaya seperti organoklorin, hidrokarbon aromatik, selain tidak dapat terurai secara hayati (Septiani et al., 2019).

Saat ini, polusi plastik adalah masalah global yang signifikan. Banyak jenis plastik dianggap tidak bisa dihancurkan. Sampah yang terbuat dari plastik membutuhkan waktu yang sangat lama untuk terurai; misalnya, kantong plastik membutuhkan waktu sekitar 20 tahun untuk terurai, bahkan botol plastik membutuhkan waktu 450 tahun untuk terurai (Nu'man & Noviati, 2021). Kantong plastik yang dibeli akhirnya dibuang sebagai sampah karena dianggap sebagai masalah (Paeno et al., 2020). Penanganan limbah terus diciptakan di Indonesia untuk mengurangi pencemaran alam (Siregar, 2019). Tentu saja, ini bisa menjadi cara untuk meningkatkan perekonomian. Kekhawatiran akan banyaknya sedotan plastik bekas lainnya yang dibuang menyebabkan terciptanya program daur ulang ini, yang memanfaatkan sampah plastik untuk kerajinan seperti tempat tisu yang sejalan dengan perkembangan saat ini. Mengingat hal tersebut, kegiatan penyuluhan tentang bagaimana produk tersebut dibuat sebagai kegiatan kewirausahaan dan mengedukasi masyarakat tentang pemanfaatan sampah plastik (sedotan plastik) untuk mendorong produksi produk usaha dari sampah plastik (Paeno et al., 2020).

Pengelolaan sampah plastik bisa melibatkan orang-orang yang kurang produktif. Mengolah sampah menjadi bahan yang bisa dijual seperti membuat kotak tisu dari sedotan plastik akan menjadi hal yang sangat menarik. Kotak tisu adalah kotak tisu yang digunakan untuk menaruh tisu, kotak tisu memiliki berbagai bentuk, kotak tisu adalah benda hasil karya seni manusia yang berhubungan dengan keterampilan tangan. Selain memiliki nilai estetika, bentuk benda kerajinan tersebut memiliki nilai ekonomis. Pada umumnya kotak tisu terbuat dari bahan yang mudah diperoleh melalui proses alami atau rekayasa. Dari kedua bahan tersebut, hasilnya memiliki fungsi sebagai benda hias sekaligus benda yang dibudidayakan dapat memunculkan inovasi baru (Cybertech et al., 2020).

Membuat tempat tisu dari sedotan plastik merupakan salah satu kegiatan kreatif yang sangat menarik. Kreativitas kita juga bisa kita gunakan untuk berbisnis dengan cara mendaur ulang barang-barang yang sudah tidak terpakai, yang memungkinkan kita untuk berkreasi dari barang-barang yang masih bisa digunakan atau tidak berguna lagi. Untuk memenuhi kebutuhan, setiap orang memiliki salah satu pekerjaan atau mata pencaharian yang dilakukan pengusaha. Dengan demikian upah ini akan benar-benar ingin memberikan kebahagiaan dan membawa wakaf kepada diri sendiri, keluarga bahkan sampai ke daerah yang lebih luas. Karena dalam kehidupan ini, manusia tidak mungkin bisa bertahan hidup sendiri tanpa bantuan orang lain. Manusia adalah makhluk sosial yang bergantung pada orang lain untuk memenuhi kebutuhannya. Manusia tidak dapat berfungsi sendiri tanpa bantuan orang lain. (William et al., 2019).

Mayoritas UMKM berjuang dengan kurangnya pemahaman tentang branding sebagai sarana untuk memastikan kelangsungan bisnis mereka dalam jangka panjang. Mayoritas pemilik usaha UMKM masih mengutamakan trading dari pada branding. Ini bisa jadi karena mereka cuek, egois, atau tertutup terhadap ide-ide baru, dan mereka cepat merasa puas (Setiawati et al., 2019). Pemasaran merupakan salah satu kegiatan ekonomi yang memberikan kontribusi dalam penciptaan nilai ekonomi (Winarto, 2015). Pemasaran digital adalah salah satu komponen yang masuk ke dalam campuran promosi ini. Keberadaan masing-masing dari lima komponen bauran promosi yang berkontribusi pada pengembangan aktivitas komunikasi pemasaran yang efisien jika diambil secara keseluruhan. Dalam rangka menyusun strategi pemasaran dan metode operasional penjualan, pelaku usaha menyadari pentingnya perilaku konsumen (Mardiana, 2013).

Iklan internet masuk akal untuk penjualan yang baru saja dimulai pasti hemat biaya karena tidak harus memiliki tempat atau outlet untuk memajang produk atau jasa Anda, Anda dapat mengontrol diri sendiri tanpa mempekerjakan karyawan, Anda dapat bekerja sebanyak atau sesedikit yang Anda inginkan, dan Anda dapat menjangkau pasar yang besar karena pemasaran online biasanya didukung oleh website atau media sosial (seperti Facebook,

Instagram, dan WA) (Hendrawan et al., 2019). Media sosial Instagram dikenal sangat lazim dalam kehidupan kita. Aplikasi ini dapat digunakan dengan mudah oleh semua lapisan masyarakat. Sebaliknya, penjual dari mulut ke mulut hanya mengandalkan modal penawaran untuk mencari pembeli dan tidak menggunakan aplikasi (Untari & Fajariana, 2018).

Metode

Metode yang digunakan Adapun metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan usaha ini Metode yang digunakan adalah tahap input, proses, output dan evaluasi. Sebelum melakukan kegiatan produksi ini, kami melakukan survei pasar terlebih dahulu untuk mengetahui kondisi pasar, minat konsumen, serta melihat beberapa produk sejenis agar kami bisa menentukan harga untuk disesuaikan dengan kemampuan ekonomi masyarakat. Setelah melakukan survei pasar, yang kami lakukan adalah studi kelayakan terhadap usaha yang akan kami jalankan. Studi kelayakan ini dilakukan agar kami dapat mengetahui perkiraan usaha ini memiliki prospek jangka panjang. Pada tahap ini, analisis ekonomi sangat diperlukan agar kami dapat melihat keuntungan kedepannya sehingga potensi usaha ini dapat diketahui jangka peluang usaha kami.

Selanjutnya, tahap terakhir yaitu pemilihan bahan dan penyediaan tempat serta sarana dan prasarana sehingga dapat menunjang proses produksi. Pada tahap ini ditujukan untuk langkah awal yang harus dilakukan untuk membuat tempat tissue. Pemilihan bahan dan penyediaan tempat serta sarana dan prasarana untuk menunjang proses produksi. Adapun beberapa hal yang dievaluasi yaitu mengevaluasi kualitas produk, dan fungsi kerja produk sedotan plastic. Selanjutnya mengevaluasi biaya bahan baku produk sedotan plastic dan mengevaluasi harga jual produk sedotan plastik. Tahap selanjutnya mengevaluasi tempat pemasaran produk sedotan plastik.

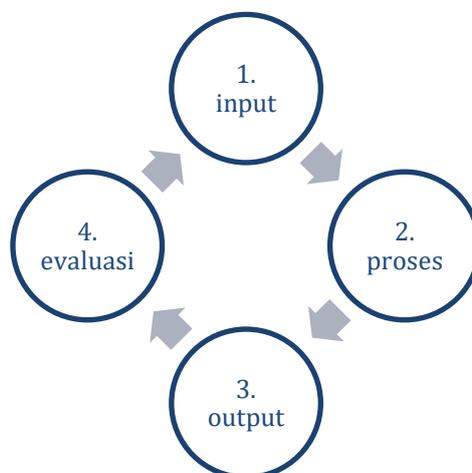


Diagram 1. Tahapan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM)

Pembahasan

Sebelum melakukan kegiatan produksi ini, kami melakukan survei pasar terlebih dahulu untuk mengetahui kondisi pasar, minat konsumen, serta melihat beberapa produk sejenis agar kami bisa menentukan harga untuk disesuaikan dengan kemampuan ekonomi masyarakat. Setelah melakukan survei pasar, yang kami lakukan adalah studi kelayakan terhadap usaha yang akan kami jalankan. Studi kelayakan ini dilakukan agar kami dapat mengetahui perkiraan usaha ini memiliki prospek jangka panjang. Pada tahap ini, analisis ekonomi sangat diperlukan agar kami dapat melihat keuntungan kedepannya sehingga potensi usaha ini dapat diketahui jangka peluang usaha kami.

Selanjutnya, tahap terakhir yaitu pemilihan bahan dan penyediaan tempat serta sarana dan prasarana sehingga dapat menunjang proses produksi. Pada tahap ini ditujukan untuk langkah awal yang harus dilakukan untuk membuat tempat tissue. Pemilihan bahan dan penyediaan tempat serta sarana dan prasarana untuk menunjang proses produksi. Selanjutnya proses pembuatan *tempat tissue* dimulai dari menyiapkan alat dan bahan seperti gunting, sedotan plastik, cutter, penggaris, pulpen, pensil, karton bekas, lem tembak dan lem. Kemudian karton dipotong sesuai dengan ukuran yang di inginkan. Tempelkan sedotan plastik ke kotak tissue yang sudah jadi hingga menutupi permukaan kotak tissue dan membuat lubang pada tutup tempat tissue.

Output dari produksi yang dibuat dalam program kreativitas mahasiswa ini adalah tempat tissue yang merupakan inovasi dari sedotan plastik sehingga dapat mengurangi sampah sedotan plastik yang ada di masyarakat, tempat tissue sangat unik karena dari bahan limbah sampah sedotan plastik. Tahapan ini akan dilaksanakan pada saat produksi produk sedotan plastik telah selesai dilakukan. Pada tahap akhir akan meninjau tentang kekurangan-kekurangan apa saja yang membuat konsumen tidak nyaman menggunakan produk kami serta kekurangan yang membuat usaha ini berpotensi tidak mencapai target keuntungan dan perkembangan yang sudah direncanakan.

Tahap-tahap yang harus dilakukan dalam proses produksi sedotan plastik ini yaitu pertama, menyiapkan karton untuk membuat kotak tissue dulu dengan ukuran 22cm x 12cm x 9cm. Kedua, membuat tutup tempat tissue dengan pola yang sama tetapi pada tinggi kotak hanya 6 cm saja, setelah jadi potong bagian tengah jadi terlihat berlubang. Ketiga, menghias dengan sedotan plastic dengan menempelkan sedotan menggunakan lem lilin. Rapikan sisa lem yang ada pada kotak tempat tissue yang dibuat. Berikut hasil dari sedotan plastik yang dibuat.



Gambar 1. Hasil kreatifitas pemanfaatan sedotan plastik

Tahapan selanjutnya yaitu evaluasi. Tahapan ini dilakukan pada saat produksi produk sedotan plastik telah selesai dilakukan. Pada tahap akhir akan meninjau tentang kekurangan-kekurangan apa saja yang membuat konsumen tidak nyaman menggunakan produk kami serta kekurangan yang membuat usaha ini berpotensi tidak mencapai target keuntungan dan perkembangan yang sudah direncanakan. Tahapan ini sangat diperlukan untuk mengevaluasi hasil kerja yang sudah dilakukan.

Kesimpulan

Hasil kegiatan program PKM-K pemanfaatan sedotan plastik menjadi kerajinan tempat tissue yang bernilai jual. Program PKM-K pemanfaatan sedotan plastik menjadi kerajinan yang bernilai jual mampu memberikan keterampilan terhadap mahasiswa untuk tetap inovatif dan kreatif dalam mengolah limbah sedotan plastik yang tidak terpakai. Program PKM-K pemanfaatan sedotan plastik menjadi kerajinan sedotan plastik yang bernilai jual memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk praktik wirausaha dengan pemahaman konsep wirausaha yang komprehensif. Program PKM-K pemanfaatan sedotan plastik menjadi kerajinan tempat tissue yang bernilai jual membangun semangat mahasiswa untuk tetap berbisnis dengan cara mengolah limbah sampah yang sudah tidak terpakai seperti halnya sedotan plastik.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada dosen pembimbing kami yang telah bersedia membimbing kami dalam proses pembuatan artikel ini. Ucapan terima kasih juga kepada segenap rekan satu kelompok yang terlibat dalam proses pembuatan artikel dan produk ini sehingga dapat terselesaikan tepat waktu, serta ucapan terima kasih juga kepada teman-teman lain yang sudah membantu dalam memberi saran maupun kritikan untuk produk yang kami buat guna untuk menjadi acuan dan motivasi bagi kami dalam pembuatan produk selanjutnya.

Daftar Pustaka

- Hendrawan, A., Sucahyowati, H., Cahyandi, K., Indriyani, & Rayendra, A. (2019). Pengaruh Marketing Digital Terhadap Kinerja Penjualan Produk UMKM Asti Gauri di Kecamatan Bantasari Cilacap. *Jurnal Administrasi Dan Kesekretarisan*, 4(1), 2598–2451. <http://www.jurnal.stiks-tarakanita.ac.id/index.php/JAK/article/view/189/136>
- Mardiana, S. (2013). Peranan Komunikasi Pemasaran Dalam Membentuk Perilaku Konsumen. *Jurnal Komunikasi*, 2(2), 40–46.
- Muis, A. A., Mursalim, N., Nacjmi, N. Y., Setiawan, I., S, N., Aris, M. R., Asdar, M., Ramadhani, S., Afdal, A., & Aziza, N. (2022). Pemanfaatan Sampah Plastik Dalam Upaya Merawat Lingkungan Guna Menumbuhkan Kreativitas Masyarakat. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 611–617. <https://doi.org/10.31004/cdj.v2i3.2484>
- Nu'man, T. M., & Novianti, N. P. (2021). Perilaku sadar lingkungan dalam perspektif Theory of Planned Behavior: Analisis terhadap intensi penggunaan kantong dan sedotan plastik pada mahasiswa. *Jurnal Ecopsy*, 8(2), 165. <https://doi.org/10.20527/ecopsy.2021.10.016>
- Paeno, P., Kasmad, K., Sunarsi, D., Maddinsyah, A., & Supiyan, D. (2020). Pemanfaatan Sampah Plastik Untuk Kerajinan Rumah Tangga Taman Belajar Kreatif Mekar Sari. *Baktimas: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 2(1), 2685–0303. <https://doi.org/10.32672/btm.v2i1.2104>
- Qamari, M. Al. (2019). Pengelolaan Sampah Rumah Tangga Dalam Peningkatan Pendapatan pada Kelompok Ibu-Ibu Asiyah. *Jurnal Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 2448–6349.
- Septiani, B. A., Arianie, D. M., Risman, V. F. A. A., Handayani, W., & Kawuryan, I. S. S. (2019). pengelolaan sampah plastik di salatiga: Praktik, dan tantangan. *Jurnal Ilmu Lingkungan*, 17(1), 90–99. <https://doi.org/10.14710/jil.17.1.90-99>
- Setiawati, S. D., Retnasari, M., & Diny Fitriawati. (2019). Strategi membangun branding bagi pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah. *jurnal abdimas bsi Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 125–136.
- Siregar, R. (2019). Korelasi Besar Temperatur Pemanasan Cetakan terhadap Kualitas Hasil Press Paving Block Berbahan Dasar Sampah Plastik. *FLYWHEEL: Jurnal Teknik Mesin Untirta*, V(1), 41–45. <https://doi.org/10.36055/fwl.v0i0.5123>
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik). *Widya Cipta*, 2(2), 2550–0791. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta>
- Wahyudin, gledys deyana, & Afriansyah, A. (2020). Oceans and Human Health: A rising tide of challenges and opportunities for Europe. *Jurnal Lus Kajian Hukum Dan Keadilan*, 8(3), 2303–3827. <https://doi.org/10.1016/j.marenvres.2014.05.010>
- William, Haudi, & Wijoyo, H. (2019). Manfaat Etika Dalam Berwirausahamenurut Pandangan Buddhis. *Jurnal Ilmu Agama Dan Pendidikan Agama Buddha*, 1(1), 2686–1194.
- Mardiana, S. (2013). Peranan Komunikasi Pemasaran Dalam Membentuk Perilaku Konsumen. *Jurnal Komunikasi*, 2(2), 40–46.
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik). *Widya Cipta*, 2(2), 2550–0791. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta>
- Muis, A. A., Mursalim, N., Nacjmi, N. Y., Setiawan, I., S, N., Aris, M. R., Asdar, M., Ramadhani, S., Afdal, A., & Aziza, N. (2022). Pemanfaatan Sampah Plastik Dalam Upaya Merawat Lingkungan Guna Menumbuhkan Kreativitas Masyarakat. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 611–617. <https://doi.org/10.31004/cdj.v2i3.2484>.

