



Pemanfaatan limbah botol kaca dalam meningkatkan pendapatan keluarga di Kabupaten Takalar

Romansyah Sahabuddin¹, Abdi Akbar Arief², Muhammad Djufri³
^{1,2,3}Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Makassar

Abstract. This event is aimed to empower the community through training making handicrafts with use waste glass bottles oriented creativity so that it can produce new product contributing to create new jobs and improve family income the community. In addition it is also a big step to act would make people aware that it is important to take care of this environment live in a way reduce plastic bottle full of liquid waste through the ability the creativity of the community in the village Lengese Subdistrict Mangarabombang District Takalar. A glass bottle in the community in general and especially in some rural usually used as a storage place for drinking water and often stacked intermediary is then sold back to second-hand goods relatively cheap. But thus through values creativity, a glass bottle can be processed into something useful aesthetic is in and of itself has a promising into the price. Product that can be produced from a bottle former through hands skilled can be sold in market and having competitiveness not inferior to other kind of as exhibits lights, glass, and ashtay. Also the charges manufacturing expensive and easily make it, and having selling price that high.

Keywords: waste glass bottles, creativity, having selling price

I. PENDAHULUAN

Kabupaten Takalar merupakan salah satu Kabupaten di Provinsi Sulawesi Selatan yang beribukota di Pattalasang dengan luas keseluruhan wilayah 566,51 km yang terbagi menjadi 6 Kecamatan dan berbatasan langsung dengan Kota Makassar dan Kabupaten Gowa di sebelah utara, Laut Flores disebelah selatan, Selat Makassar disebelah barat, serta Kabupaten Jeneponto dan Kabupaten Gowa disebelah timur. Daerah ini dikenal sebagai Kabupaten yang berbasis agraria dan perikanan. Dari sektor pertanian yang mejadi pusat perekonomian masyarakat, hasil-hasil perkebunan tampaknya bukan menjadi andalan yang utama. Subsektor tanaman bahan makanan dan perikanan yang menjadi andalan dengan padi merupakan produk tanaman bahan makanan unggulan, dari luas lahan sawah 16.000 hektar, 73 persen merupakan lahan sawah pengairan dan selebihnya merupakan lahan sawah tadah hujan. Di musim kemarau, lahan saawah tadah hujan dimanfaatkan untuk penanaman palawija dan sayur-sayuran yang diupayakan secara intensifikasi dan diversifikasi.

Kondisi wilayah Takalar yang berbatasan langsung dengan selat dan laut, memungkinkan penduduk disekitarnya menggantungkan hidup dari menangkap ikan dan perikanan darat melalui usaha tambak dan perairan umum, dengan komoditi utama meliputi: rumput laut, udang, lobster, berbagai jenis ikan, dan telur ikan terbang. Hampir semua komoditas ini sudah diekspor terutama rumput laut, udang, lobster, dan telur ikan terbang dengan ekspor ikan pun sudah dilakukan langsung dari Takalar. Komoditas lain yang juga diekspor adalah kerajinan anyaman.

Sulitnya lapangan kerja menjadikan jumlah penduduk miskin di Kecamatan Mangarabombang mencapai 5.000 jiwa. Untuk mengatasi pertambahan jumlah penduduk miskin, maka pemerintah Kabupaten Takalar melaksanakan berbagai program pemberdayaan masyarakat dengan melibatkan berbagai instansi terkait, baik pemerintah maupun swasta. Program pemberdayaan masyarakat yang digalakkan lebih menyentuh pada pengembangan nilai-nilai kewirausahaan yang pada akhirnya diharapkan munculnya wirausahawan-wirausahawan tangguh yang dapat menggerakkan roda perekonomian masyarakat.

Sejalan dengan program pemberdayaan masyarakat berorientasi kewirausahaan, maka sudah saatnya kegiatan pengabdian masyarakat yang akan dilaksanakan dapat mengubah *mindset* masyarakat lebih berorientasi pada pengembangan nilai-nilai kreatif dan inovasi dengan memanfaatkan sumberdaya yang ada menjadi peluang usaha yang menguntungkan. Salah satu kegiatan yang akan dilaksanakan melalui kegiatan pengabdian pada masyarakat, adalah pemanfaatan limbah botol kaca dalam pembuatan berbagai macam kerajinan tangan yang dapat di pasarkan dan memiliki nilai ekonomis.

Botol kaca bekas dapat menjadi limbah jika tidak dimanfaatkan dengan baik dan tepat. Berbagai jenis produk yang dihasilkan dari botol kaca bekas yang memiliki daya saing di pasaran, diantaranya adalah lampu hias, gelas, dan asbak dengan berbagai motif, warna dan ukuran yang tidak kalah dengan produk-produk pabrikan lainnya. Adapun pembuatannya tidak



**PROSIDING SEMINAR NASIONAL
LEMBAGA PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR
ISBN: 978-602-555-459-9**

menggunakan mesin atau alat yang moderen, sehingga setiap orang dapat melakukannya. Peluang pasar dari hasil produksinya banyak diminati oleh masyarakat terutama Kota Makassar dan kota-kota lainnya. Selain ketersediaan bahan baku yang cukup banyak, proses pembuatannya tidak terlalu sulit ataupun membutuhkan biaya dan waktu yang banyak. Sehingga kegiatan usaha tersebut sangat memberikan peluang bagi masyarakat setempat untuk meningkatkan kesejahteraan keluarganya pada khususnya dan membuka peluang usaha bagi masyarakat pada umumnya.

II. PENGEMBANGAN USAHA KECIL MENENGAH

Usaha kecil menengah (UKM) telah teruji kemampuan dalam menghadapi gejolak ekonomi disaat terjadinya krisis moneter yang melanda Negara Indonesia di awal tahun 1997. Tidak sedikit usaha skala besar dan menengah yang mengalami dampak krisis moneter sehingga mengalami kemandegan usaha hingga penutupan usaha. Sementara usaha kecil mampu bertahan dan tetap eksis bahkan mendapatkan dampak positif ditengah-tengah gelombang krisis moneter, diantaranya kemampuan menawarkan produk dengan harga jual yang tinggi. Namun demikian tidak sedikit diantara pelaku usaha kecil mendapatkan proteksi dan regulasi pemerintah dalam hal kemudahan mengakses sumber permodalan, sehingga dapat dikatakan bahwa usaha kecil pada umumnya tidak *bankable*. Sementara dalam hal lain usaha kecil telah banyak memberikan kontribusinya dalam hal ketersediaan lapangan usaha.

Dalam menghadapi situasi persaingan yang semakin kuat menuntut tersedianya sumberdaya manusia yang memiliki kemampuan kreatif dan inovasi dalam mempertahankan hidupnya ditengah-tengah kondisi ekonomi yang tidak menentu terjadi dewasa ini. Diperkuat lagi dengan diberlakukannya Masyarakat Ekonomi Asean, merupakan tantangan besar bagi bangsa Indonesia untuk tidak terlena dengan kondisi perekonomian sekarang, sehingga sudah sepatutnya saat ini mempersiapkan tidak hanya dari aspek finansial, ilmu pengetahuan dan teknologi tetapi juga jiwa dan semangat kewirausahaan yang diwujudkan melalui sikap dan perilaku yang berorientasi pada penciptaan ide-ide atau gagasan kreatif dan inovasi sebagai bekal dalam menghadapi arus perdagangan bebas.

III. ANALISIS USAHA KERAJINAN TANGAN DARI LIMBAH BOTOL BEKAS

Keterbatasan bagi usaha kecil untuk mengalami pertumbuhan dapat disebabkan oleh masih kurangnya kemampuan *managerial*, terutama dalam hal perencanaan dan pengelolaan modal usaha, sehingga banyak diantaranya mengalami kesulitan dalam mengembang-

kan usahanya maupun untuk mampu bertahan menghadapi persaingan. Di lain hal tidak banyak usaha kecil yang dapat dikatakan *bankable*, disebabkan karena belum mampu memberikan tingkat kepercayaan lembaga keuangan seperti bank dan koperasi untuk dijadikan sebagai dasar penilaian kelayakan usahanya, baik dalam hal perencanaan usaha, perencanaan dan kebutuhan modal kerja serta gambaran pencapaian target usaha.

IV. ASPEK PASAR PRODUK BERBAHAN BOTOL KACA

Produk hasil olahan berbahan botol kaca dapat memberi peluang usaha bagi tangan-tangan terampil guna menambah pendapatan keluarga dan membuka lapangan usaha bagi masyarakat. Berbagai jenis produk yang dapat dihasilkan, diantaranya adalah gelas minum, asbak rokok, lampu hias, vas bunga dan lainnya.

Selain fungsinya, juga memiliki harga yang terjangkau dan bernilai seni sehingga memberi peluang bagi pengrajin meningkatkan pendapatan keluarga serta membuka lapangan usaha baru bagi masyarakat. Ketersediaan bahan baku botol kaca tidak sulit dan gampang ditemukan dengan berbagai motif dan warna serta ukurannya. Selain harga belinya yang relatif mudah cara pembuatannya juga tidaklah terlalu sulit, namun demikian hal yang mendasar adalah keseriusan menjalankan usaha dan kemampuan menciptakan kreasi yang memiliki nilai kebaruan menjadi modal utama untuk menghasilkan keuntungan yang besar.

Melalui kegiatan ini bertujuan untuk membangun jiwa dan semangat kewirausahaan masyarakat dengan membangun kemampuan kreativitas untuk mengelolah limbah botol kaca menjadi produk yang bernilai jual tinggi.

V. EVALUASI DAN HASIL YANG DICAPAI

A. Evaluasi

Analisis usaha atau kegiatan operasional usaha berskala kecil penting artinya sebagai dasar pengambilan keputusan berkaitan dengan rencana tujuan usaha yang ingin dicapai. Selain dari tujuan tersebut, analisis usaha bertujuan untuk menyusun rencana pengelolaan keuangan yang berkaitan dengan gambaran besarnya kebutuhan modal dan tingkat laba yang dapat dicapai.

Kegiatan evaluasi dilakukan untuk mengetahui tingkat pengetahuan dan pemahaman peserta. Evaluasi kegiatan pelatihan ini dilakukan pada awal kegiatan, selama proses pelatihan berlangsung, dan pada akhir kegiatan pelatihan. Evaluasi dilakukan, dengan cara pertama membagikan daftar pertanyaan dalam bentuk objektif tes yang berkaitan dengan materi pelatihan untuk dijawab oleh para peserta dan dilanjutkan dengan



**PROSIDING SEMINAR NASIONAL
LEMBAGA PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR
ISBN: 978-602-555-459-9**

menyelesaikan tugas-tugas berupa perencanaan usaha, kegiatan produksi dan evaluasi kegiatan usaha.

Evaluasi awal berkaitan dengan tingkat pemahaman tentang bentuk-bentuk produk yang dapat dibuat yang memiliki manfaat ekonomis serta cara pembuatannya. Selain itu, peserta dapat memahami bahan-bahan dan alat yang dibutuhkan dalam proses pembuatan. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa setelah diberikan materi tentang kreasi produk dari limbah, maka tingkat pemahaman peserta berkaitan dengan proses pembuatan dan jenis produk yang akan dihasilkan menunjukkan para peserta mampu mengemukakan berbagai ide atau kreasi produk yang dapat dikembangkan dan memiliki nilai ekonomis.

B. Hasil yang Dicapai

Indikator yang digunakan untuk menilai tingkat partisipasi peserta dalam mengikuti pelatihan adalah tingkat kehadiran, partisipasi selama mengikuti pelatihan, dan ketekunan dalam menyelesaikan tugas. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa seluruh peserta hadir tepat pada waktunya, serta aktif mendiskusikan ide-ide atau gagasan membangun usaha dan manfaat ekonomis dari botol kaca yang selama ini kurang dimanfaatkan.

Seluruh peserta aktif mengikuti penyajian materi pelatihan dan disiplin selama kegiatan berlangsung. Selama kegiatan pelatihan berlangsung hanya 3 orang peserta yang tidak hadir karena izin atau sakit. Selain itu, *antusiasme* peserta mengikuti pelatihan menunjukkan semua peserta tekun mengikuti pelatihan dan tidak terdapat peserta keluar atau meninggalkan kegiatan pelatihan selama kegiatan pelatihan berlangsung. Adapun penilaian tingkat partisipasi peserta mengikuti pelatihan menunjukkan semua peserta aktif dalam kegiatan diskusi dan mengajukan pertanyaan serta tanggapan pada sesi diskusi. Selanjutnya untuk penilaian penguasaan materi, para peserta umumnya mampu menyelesaikan tugas yang diberikan, baik yang berkaitan dengan membangun ide-ide atau gagasan, pengelolaan keuangan, proses pembuatan dan rencana pemasaran produk yang akan dihasilkan.

C. Faktor Penunjang

Faktor-faktor penunjang pelaksanaan kegiatan pelatihan ini adalah:

1. Bantuan izin pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat oleh Ketua LPM UNM beserta stafnya.
2. Kerja sama beberapa kelompok usaha kecil dan masyarakat setempat telah bersedia mengikuti pelatihan secara disiplin dan penuh tanggung jawab atas dasar kesadaran untuk mengikuti kegiatan pelatihan.

3. Kesadaran masyarakat dengan kebersihan lingkungan dan nilai ekonomi melalui pemanfaatan limbah botol kaca.

D. Faktor Kendala

1. Waktu pelaksanaan kegiatan pelatihan bersamaan dengan waktu istirahat sehingga dapat mengganggu peserta untuk fokus terhadap materi pelatihan.
2. Waktu yang dibutuhkan untuk penyajian materi dan diskusi kelompok relatif terbatas.
3. Terbatasnya akses bantuan modal usaha dari lembaga-lembaga keuangan dan besarnya agunan serta suku bunga pinjaman.
4. Terbatasnya akses informasi pasar untuk mengetahui kebutuhan pasar dan promosi produk yang dihasilkan.
5. Masih kurangnya perhatian pemerintah bagi kelompok usaha berskala kecil.

VI. PEMBAHASAN HASIL PELATIHAN

Botol kaca bekas dapat dijumpai diberbagai tempat penjualan pipa paralon maupun di beberapa perumahan yang sedang mengerjakan instalasi saluran air seringkali menjadi beban jika disimpan dalam jumlah besar karena membutuhkan tempat penampungan. Dengan demikian tidak sedikit limbah pipa paralon yang dapat diperoleh dengan gratis. Melalui pelatihan ini dapat menjadi salah satu solusi dari permasalahan yang disebutkan diatas dan memberikan peluang terbentuknya usaha baru yang dapat meningkatkan pendapatan keluarga melalui kemampuan kreatif serta membuka lapangan kerja yang dapat mengatasi pengangguran.

Pemanfaatan botol kaca bekas merupakan salah satu cara untuk meminimalkan jumlah sampah dengan mengambil manfaat ekonomi dengan jalan mengelolanya menjadi produ-produk kreatif. Proses pengolahan produk botol kaca bekas menjadi produk terbarukan dengan memanfaatkan kemampuan kreativitas dapat menghasilkan produk yang memiliki nilai ekonomis. Ketersediaan botol bekas dapat dijumpai di setiap rumah tangga dan jarang dimanfaatkan selain untuk mengisi ulang bahan-bahan dapur atau air minum dan bahkan tidak jarang dibiarkan menumpuk untuk dijual dengan harga yang *relative* murah atau diserahkan kepada pemulung dengan cuma-cuma karena mudah pecah dan mengambil tempat di sudut-sudut ruang. Banyak orang yang belum mengetahui apa yang harus mereka lakukan dengan botol kaca yang jumlahnya sangat banyak dan harganya *relative* murah. Selain merupakan bahan yang sangat sulit terurai secara alami dan membutuhkan waktu ratusan tahun untuk akhirnya hancur secara alami. Oleh sebab diperlukan ide-ide kreatif untuk mengubah atau memproses botol kaca agar memiliki nilai ekonomis.



**PROSIDING SEMINAR NASIONAL
LEMBAGA PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR
ISBN: 978-602-555-459-9**

Strategi Pemasaran

Untuk menjalankan suatu bisnis diperlukan strategi pemasaran yang tepat dan menyesuaikan dengan target pasar yang dituju. Pemasaran hasil produksi dapat dilakukan dengan cara menjual ke beberapa toko perabot rumah tangga. Selain itu dapat dititipkan ke toko dengan sistem konsinyasi atau menjual langsung kepada partner bisnis serta melalui jejaring sosial secara *online*. Untuk dapat memperluas pasar dapat dilakukan melalui berbagai kegiatan pameran maupun bazar produk UMKM dan koperasi yang diadakan pihak pemerintah maupun swasta. Melalui event seperti itu, bisa memperkenalkan produk kerajinan kreatif dari limbah botol kaca kepada masyarakat luas, sehingga berpeluang untuk mendapatkan pelanggan potensial semakin terbuka lebar. Terlepas dari keuntungan dan kerugian di atas, sebagai pengrajin yang penuh dengan kreativitas dan ketekunan dituntut juga mempunyai keterampilan dalam mendesain produk unik yang memiliki nilai ekonomi tinggi.

Selain kreatif menciptakan produk sangat penting juga untuk kreatif dalam menyusun strategi pemasaran. Terdapat beberapa strategi pemasaran yang dapat menciptakan keunggulan bersaing, diantaranya adalah: a) Menentukan target pasar. Cara ini penting artinya untuk melakukan promosi akan lebih efisien dan efektif, b) Berpromosi yang sesuai target pasar. Produk harus dipromosikan secara terintegrasi mulai dari pembagian *flyer*/brosur dan juga dengan memasang iklan di koran, majalah, tabloid, koran lokal, lewat jaringan sosial di internet yang saat ini banyak digunakan orang, c) Produk yang dihasilkan memiliki nilai kreatifitas yang terbarukan atau unik, agar produk kreasi yang dihasilkan bisa jadi *trademark* dan dikenal oleh publik karena memiliki keunikan yang beda baik dari segi kemasan, bentuk, manfaat dan warna. Walaupun produk anda bervariasi banyak macam sebaiknya anda memiliki satu jenis produk unggulan yang bisa menarik calon konsumen. Produk unggulan tersebut bisa produk baru yang belum pernah ada di pasaran, ataupun mencontoh produk yang ada dipasaran tapi dimodifikasi dengan tampilan yang berbeda, d) Memberikan penghargaan bagi konsumen yang loyal karena dapat mendorong pelanggan membeli produk lebih banyak dan memperkenalkan produk kepada orang lain. Pemberian penghargaan yang simpel misalkan memberi *voucher* untuk pembelian dalam jumlah khusus, atau bisa juga memberikan penghargaan apabila berhasil mengajak orang untuk berbelanja bisa diatur, misal mengajak 1 orang atau lebih berbeda penghargaan yang diberikan. Dengan adanya program tersebut akan mendorong konsumen untuk mengajak orang lain dan orang lain akan mengajak orang lain lagi. Dengan demikian tentu saja produk yang ditawarkan akan meningkat omzetnya, e) Menggandeng Partner usaha lain, untuk usaha souvenir produk ini bisa dipasarkan dengan cara

menjalin kerja sama dengan usaha yang ada hubungan dengan produk yang dihasilkan, misalnya dengan pihak perhotelan, *event organizer*, baik untuk acara perkawinan atau ulang tahun, sehingga produk yang dipasarkan dapat mencapai ke target ke sasaran yang tepat, dan tentunya lebih cepat. Yang perlu anda lakukan adalah memberikan *free* atau komisi kepada orang yang anda jadikan partner usaha tersebut.

VII. KESIMPULAN

1. Keterampilan dalam pengolahan botol kaca menjadi hasil kerajinan tangan yang sangat bermanfaat bagi peningkatan pendapatan keluarga serta membantu dalam menanggulangi kemiskinan dan pengangguran. Setelah mengikuti pelatihan para peserta termotivasi untuk membangun usaha pemanfaatan botol kaca yang ditunjukkan dengan berbagai tanggapan peserta, baik dalam hal bahan baku dan cara membuatnya dimana umumnya peserta menganggap sesuatu yang sangat penting dan mudah untuk dilakukan.
2. Peserta pelatihan belum memiliki keterampilan dalam pembuatan berbagai bentuk dan jenis produk dari botol kaca sebelumnya, sehingga masih membutuhkan sentuhan-sentuhan khusus yang berkaitan dengan nilai seni dan keindahan dengan menekankan pada motif, kualitas dan ukuran produk yang dihasilkan.

DAFTAR PUSTAKA

- A Ahyati dan Handoko. 1983. Manajemen Produksi. Yogyakarta: BPKC.
- Basu Swasta. 1991. Pengantar Bisnis Modern. Yogyakarta: Liberty.
- B.F.Hoselita. 1995. Entrepreneurship and Economic Grow. American Journal of Economic and Sociology, dalam Salim Siagian; Kewirausahaan Indonesia. Jakarta.
- Maslow Abraham. 1970. Motivation and Personality. New York: Harper & Row.
- G.G. Meredith. 1996. Kewirausahaan Teori dan Praktek. Jakarta: Pustaka Binaman Presindo.
- Mike Merrill. 2005. Dare to Lead : Strategi Kreatif 50 Top CEO untuk Meraih Kesuksesan. Jakarta: Bhuana ilmu Populer.
- Peterson W. Marvin, et al. 1997. Planning and Management for a Changing Environment. San Francisco: Jossey-Bass Punlisher.
- Said Husanan. 1984. Studi Kelayakan Proyek. Yogyakarta : BPFE.
- Siswanto Sutojo. 1995. Studi Keleyakan Proyek, Teori dan Praktek. Jakarta: Lembaga PPM dan PT. Pustaka Binamapresindo.
- Sukanto Reksোধadiprojo. 1995. Manajemen Produksi dan Operasional. Yogyakarta: BPKC.
- Surachman S, et al. 1991. Intisari Manajemen Pemasaran. Bandung: PT. Remaja Rosoa Karya.
- Suratiyah K. 1991. Industri Kecil dan Rumah Tangga. Yogyakarta.
- Wasistiono S. 2007. Prospek Pengembangan Desa. Bandung : Penerbit Fokusmedia.
- West A. Michael. 2000. Developing, Creativity in Organization, Terjemahan Bambang Shakuntala. Yogyakarta: Kinisius.
- Winardi. 1991. Aspek-aspek Manajemen Pemasaran. Bandung: PT. Remaja Rosoa Karya.
- Yorin. 2009. Prospek Agroindustri. [online], (http://www.gib.or.id/isi_buletin.php?&berita), diakses pada tanggal 15 Februari 2010.
- Zulkarnain Djamin. 1984. Perencanaan dan Analisis Proyek. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.