

**IPTEK BAGI MASYARAKAT: PEMBERDAYAAN BANK SAMPAH BERBASIS  
TEKNOLOGI INFORMASI, PEMASARAN DAN AKUNTANSI**

Maria Augustin Lopes Amara<sup>1</sup>, Beatrix Yunarti Manehat<sup>2\*</sup>, Alfry Aristo Jansen  
Sinlae<sup>3</sup>, Fransiska Ivon Kaka<sup>4</sup>, Martinus Yongki Efi<sup>5</sup>

<sup>1-5</sup>Universitas Katolik Widya Mandira

Email Korespondensi: manehatbeatrix@gmail.com

Disubmit: 28 September 2023

Diterima: 13 Oktober 2023

Diterbitkan: 01 November 2023

Doi: <https://doi.org/10.33024/jkpm.v6i11.12411>

**ABSTRAK**

Pengabdian ini dilakukan pada Bank Sampah Mutiara Timor, yang berlokasi di Kota Kupang Provinsi Nusa Tenggara Timur. Dalam pengelolaannya Bank Sampah memiliki tiga masalah utama yang perlu diselesaikan yakni 1) rendahnya partisipasi konsumen yang menabung pada bank sampah. Mayoritas penabung sampah plastik merupakan pemulung padahal penghasil sampah plastik terbesar ada pada rumah tangga, kantor dan pasar. 2) Bank sampah belum memiliki pembukuan akuntansi yang jelas sehingga kesulitan mengetahui keadaan keuangannya. Selain tidak ada rekapan tabungan konsumen yang terstandar, 3) Bank belum memiliki wadah digital untuk mempertemukan konsumen dan pemilik bank sampah baik dari segi pemasaran maupun akuntansi. Dalam pengabdian ini mendesain model pemasaran *word of mouth* untuk memperluas target konsumen berbasiskan *green marketing*, sistem akuntansi *single entry bookkeeping* untuk meminimalisir permasalahan akuntansi serta teknologi berupa website sebagai wadah pertemuan digital antar konsumen maupun pebisnis. Website berisi informasi umum tentang bank sampah, pasar digital (produk dan harga sampah) yang dapat diakses oleh kedua pihak serta pelaporan keuangan digital. Pelaporan keuangan digital terdiri dari buku kas dan daftar aset yang hanya bisa diakses oleh pemilik bank sampah untuk mengetahui keadaan keuangan usahanya serta buku tabungan digital per nasabah yang dapat diakses oleh kedua pihak tersebut. Dengan perbaikan dari tiga bidang ini membuat bank sampah menjadi unit bisnis berkelanjutan yang menyelesaikan masalah ekonomi dan lingkungan di Kota Kupang, Provinsi NTT. Jumlah konsumen bertambah 70 orang nasabah bank sampah Mutiara Timor, memiliki target pasar yang jelas, posisi bank sampah di benak konsumen dan pencatatan laporan arus kas terbuka bagi semua nasabah, serta akses bagi pengelola maupun konsumen melalui website.

**Kata Kunci:** *Segmenting, Targeting, Positioning, Book Keeping, Teknologi Informasi*

**ABSTRACT**

*This service was carried out at the Mutiara Timor Waste Bank, which is located in Kupang City, East Nusa Tenggara Province. In managing the Waste Bank, there are three main problems that need to be resolved, namely 1) low participation of consumers who save at the waste bank. The majority of plastic waste savers are scavengers, even though the largest producers of plastic waste are in*

households, offices and markets. 2) The waste bank does not yet have clear accounting books so it is difficult to know its financial condition. Apart from there being no standardized recap of consumer savings, 3) Banks do not yet have a digital platform to bring together consumers and waste bank owners both in terms of marketing and accounting. In this service, we design a word of mouth marketing model to expand consumer targets based on green marketing, a single entry bookkeeping accounting system to minimize accounting problems and technology in the form of a website as a digital meeting place between consumers and business people. The website contains general information about waste banks, digital markets (waste products and prices) which can be accessed by both parties as well as digital financial reporting. Digital financial reporting consists of a cash book and asset list which can only be accessed by the waste bank owner to find out the financial condition of his business as well as a digital savings book per customer which can be accessed by both parties. By improving these three areas, the waste bank has become a sustainable business unit that solves economic and environmental problems in Kupang City, NTT Province. The number of consumers increased by 70 customers of the Mutiara Timor waste bank, it has a clear target market, the position of the waste bank in the minds of consumers and the recording of cash flow reports is open to all customers, as well as access for managers and consumers via the website

**Keywords:** Segmenting, Targeting, Positioning, Book Keeping, Information Technology

## 1. PENDAHULUAN

Bank Sampah Mutiara Timor merupakan salah satu bank sampah yang berada Kecamatan Maulafa, Kota Kupang-Provinsi Nusa Tenggara Timur. Bank sampah ini didirikan pada bulan Maret tahun 2020 dengan tujuan untuk mengedukasi dan mempromosikan kepada masyarakat tentang daur ulang plastik serta mengurangi timbunan sampah plastik di Tempat Pembuangan Akhir (TPA) yang tidak diolah dengan baik. Kehadiran Bank Sampah Mutiara Timor di Kota Kupang menjadi strategis karena data menunjukkan bahwa produksi sampah di Kota Kupang sangat tinggi. Kementerian Lingkungan Hidup pada 2019 bahkan pernah menetapkan Kota Kupang sebagai salah satu kota terkotor di Indonesia (Manuleus, 2022). Produksi Sampah di Kota Kupang tahun 2021 mencapai 218.98 ton per hari. Jumlahsampahini meningkat dari tahun 2020 yang mencapai 214.69 ton per hari. Adapun sumber total sampah menurut data tahun 2020 adalah sampah Rumah Tangga 106.6 ton per hari, Sampah Perkantoran 16.0 ton per hari. Sampah Pasar 41.3 ton per hari, Sampah Pusat Perniagaan 22.1 ton per hari, Sampah fasilitas publik 15.5 ton per hari, Sampah Kawasan 8.7 ton per hari, Sampah lain-lain 4.5 ton per hari (Manuleus, 2022).

Keberadaan Bank Sampah Mutiara Timor akan membantu mengurangi masalah lingkungan dan ekonomi di Kota Kupang melalui proses olahan sampah plastik dan peningkatan pendapatan bagi pemilik bank sampah maupun masyarakat. Keberadaan bank sampah dapat mendorong ekonomi Kota Kupang sebagai Ibu Kota Provinsi NTT yang menduduki posisi termiskin ke tiga di Indonesia. Potensi Bank Sampah Mutiara Timor dalam menyelesaikan permasalahan lingkungan dan peningkatan ekonomi tergambar dalam hasil penelitian Manehat & Sonbay (2022) yang menyatakan bahwa jika masyarakat kota Kupang, aktif menabung di Bank Sampah Mutiara Timor

minimal 0,5 kg sampah plastik per hari maka dalam satu bulan pemilik bank sampah dapat memperoleh pendapatan hingga Rp 12.000.000. Selanjutnya dalam satu tahun akan ada Rp 144.000.000. Selanjutnya jika dalam satu bulan seperti kondisi saat ini dimana dalam satu bulan terdapat 16ton (16.000 kg) sampah plastik yang terkumpul di bank sampah maka ada perputaran uang sebanyak Rp 32.000.000 x 12 bulan = Rp 384.000.000 hasil menabung sampah plastik. Selanjutnya dalam satu tahun ada 192.000 kg (16.000 kg x 12 bulan) sampah plastik yang diolah kembali. Jika ini dibukukan dalam proses akuntansi yang baik maka akan ada peningkatan ekonomi dan pengurangan sampah di Kota Kupang (Manehat & Sonbay, 2022; Sia Niha et al., 2022).

Namun, potensi besar untuk bank sampah belum maksimal mencapai tujuan karena proses bisnis di bank sampah masih buruk. Dalam observasi dan wawancara awal dengan pemilik Bank Sampah, "Melsi Mansula" ditemukan bahwa proses akuntansi di bank sampah masih memerlukan perbaikan. Belum dilakukan pencatatan akuntansi secara teratur untuk setiap transaksi (baik pendapatan maupun pengeluaran) yang terjadi di bank sampah. Pemilik bank sampah tidak mengetahui dengan jelas aset, hutang dan modalnya. Bukti transaksi dari proses bisnis di bank sampahpun belum terdokumentasi dengan baik. Bank sampah belum membuat laporan keuangan sesuai standar SAK EMKM.

Selanjutnya, terdapat pula masalah dari segi marketing. Berdasarkan observasi awal yang dilakukan di Bank Sampah Mutiara Timor; target konsumen bank sampah masih berfokus pada pemulung sedangkan pihak penyumbang sampah terbesar adalah rumah tangga. Sampah Rumah Tangga sebesar 106.6 ton per hari, Sampah Perkantoran 16.0 ton per hari, Sampah Pasar 41.3 ton per hari, Sampah Pusat Perniagaan 22.1 ton per hari, Sampah fasilitas publik 15.5 ton per hari, dan Sampah Kawasan 8.7 ton per hari. Ibu rumah tangga, pihak perkantoran, hingga pelaku bisnis di pasar belum memiliki kesadaran untuk menjadi konsumen bank sampah. Kesadaran masyarakat untuk menjaga lingkungan dan menghasilkan uang dari menabung sampah masih rendah. Data ini menunjukkan perlu adanya green marketing yang menjangkau target konsumen dengan penghasil sampah terbesar agar bank sampah dapat mendapatkan profit secara ekonomi dan dampak lingkungan akibat sampah plastik yang tidak terolah menjadi berkurang. Green marketing merupakan proses menggabungkan berbagai kegiatan termasuk memodifikasi produk, perubahan pada proses produksi, perubahan kemasan, serta memodifikasi cara promosi dan green behaviour menggerakkan perilaku konsumen sebagaimana yang dikemukakan oleh Fontes et al. (2021). Rendahnya target konsumen Bank Sampah Mutiara Timor turut disebabkan oleh belum adanya koneksi bank sampah dengan website sebagai teknologi pusat pemasaran. Padahal dengan teknologi; jangkauan pemasaran bisa lebih luas. Melalui teknologi pula sistem akuntansi lebih terarah. Jika masalah akuntansi, marketing dan teknologi ini diselesaikan maka pemberdayaan bank sampah dapat menjadi salah satu akses kunci dan unit bisnis produktif yang mampu menyelesaikan permasalahan ekonomi dan lingkungan di NTT.

Dengan demikian dalam pengabdian ini, akan didesain model pembukuan akuntansi sederhana berbasis single entry book keeping dengan Statement of Financial Accounting Concepts (SFAC) No.3, Elements of Financial Statements of Business Enterprise sebagai acuannya, memperluas target pasar bank sampah dengan memperluas target pasar dengan green

marketing berbasis word of mouth bagi konsumen bank sampah. Akan didesain pula website sebagai teknologi bank sampah yang merupakan media sistem informasi bank sampah. Website akan berisi pembukuan akuntansi sederhana bagi pemilik bank sampah serta menjadi pasar digital untuk bank sampah dan konsumen. Dengan sistem ini diharapkan terbentuk kebiasaan menabung sampah dengan pengelolaan keuangan yang baik agar permasalahan lingkungan dan ekonomi masyarakat Kota Kupang dapat diminimalisir.

## 2. MASALAH DAN RUMUSAN PERTANYAAN

Terdapat 3 permasalahan prioritas yang akan diselesaikan melalui pengabdian ini yakni:

### a. Masalah pemasaran

Berdasarkan observasi dan wawancara awal dengan pemilik bank sampah diketahui bahwa konsumen bank sampah belum sesuai dengan target yang diharapkan. Mayoritas konsumen merupakan pemulung padahal penghasil sampah terbesar di Kota Kupang ada pada sampah rumah tangga 106.6 ton per hari, Sampah Perkantoran 16.0 ton per hari, Sampah Pasar 41.3 ton per hari. Kesadaran masyarakat umum untuk menabung sampah masih rendah. Hal ini dibuktikan dengan masih tingginya sampah plastik yang terbuang di TPA yang tidak diolah di Kota Kupang. Selain itu, dari total 106.6 ton sampah plastik yang dihasilkan per hari, jumlah sampah plastik yang masuk ke Bank Sampah Mutiara Timor adalah 16 ton. Ini menunjukkan sampah plastik yang masuk ke bank sampah tidak mencapai 50%.

### b. Masalah Akuntansi

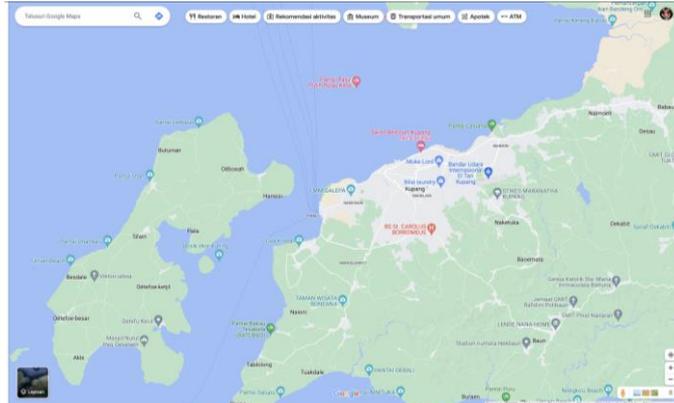
Pemilik Bank Sampah Mutiara Timor belum melakukan proses akuntansi atas kegiatan bisnisnya karena tidak memiliki keahlian dalam akuntansi. Tidak semua transaksi dicatat, bukti transaksi belum didokumentasikan dengan baik, pemilik tidak mengetahui dengan pasti jumlah aset, hutang maupun modalnya. Hal ini menyebabkan tidak adanya laporan keuangan yang dihasilkan dari proses bisnis di bank sampah. Dampak dari tidak berjalannya proses akuntansi ini adalah pemilik tidak mampu menilai kondisi, potensi usahanya dan kesulitan mendapatkan modal tambahan dari pihak luar. Selain itu, pemilik Bank Sampah mengalami kesusahan dalam membuat format buku tabungan bagi para konsumen. Buku tabungan ini diperlukan karena ada konsumen yang memilih menabung uang hasil menimbang sampah. Pada pengabdian ini akan dibantu membuat format buku tabungan sederhana bagi konsumen sehingga memudahkan konsumen memonitor kekayaan hasil menabung sampahnya.

### c. Masalah Teknologi

Pemilik Bank Sampah Mutiara Timor belum memiliki suatu sistem informasi yang digunakan sebagai wadah pertemuan digital baik untuk konsumen dan pemilik bank sampah. Pertemuan digital yang dimaksud adalah Pasar digital yang berfungsi untuk promosi produk sampah yang bisa ditabung dengan rincian harganya. Daftar produk dan harga dibuat oleh pemilik bank sampah yang ditampilkan pada website dan dapat diakses oleh target konsumen dari manapun. Pelaporan keuangan digital yang berisi buku kas dan daftar asset serta buku tabungan bagi nasabah yang ingin menabung di bank sampah Belum tersedianya kedua fasilitas

di atas, menyebabkan jangkauan pasar dari bank sampah menjadi rendah dan transparansi keuangan antara konsumen dan pebisnis belum nampak. Berdasarkan uraian permasalahan yang sudah dijabarkan maka masalah rumusan pertanyaan dalam kegiatan pengabdian ini adalah:

- a. Bagaimana komunikasi pemasaran terpadu yang mampu membuat meningkatkan jumlah konsumen Bank Sampah Mutiara Timor?
- b. Bagaimana Laporan keuangan dari Bank Sampah Mutiara Timor untuk para konsumennya?
- c. Bagaimana membuat website sebagai media informasi untuk Bank Sampah dan Konsumennya?



Gambar 1. Peta Lokasi

### 3. KAJIAN PUSTAKA

Pemasaran sasaran melibatkan identifikasi segmen pasar yang paling menguntungkan. Oleh karena itu, bisnis mungkin memutuskan untuk fokus pada satu atau beberapa segmen saja. Mereka mungkin mengembangkan produk atau layanan untuk memuaskan setiap segmen yang dipilih. Strategi pemasaran sasaran seperti ini berbeda dengan pemasaran massal (di mana perusahaan dapat memutuskan untuk memproduksi dan mendistribusikan satu produk ke seluruh konsumen) atau dengan diferensiasi produk (di mana perusahaan menawarkan berbagai produk ke pasar yang besar) (Fernandes & Londhe, 2015; Hampson & McGoldrick, 2013; Harris & Bray, 2007). Dengan menentukan target pasar yang jelas di Bank Sampah Mutiara Timor maka akan tepat juga pemilihan promosi. Setiap generasi menunjukkan perilaku yang berbeda. Kesalahan dalam pemilihan jenis promosi maka akan sia-sia belaka (Haba et al., 2022).

Adapun manfaat laporan keuangan menurut Rivai (2013) adalah pencatatan laporan keuangan yang sistematis dapat memberikan informasi kas yang dapat dipercaya mengenai posisi keuangan usaha pada suatu saat tertentu, memberikan informasi keuangan mengenai hasil usaha dalam satu periode akuntansi, memberikan informasi-informasi yang dapat membantu pihak yang berkepentingan untuk menilai kondisi dan potensi usaha. Di sisi lain, juga memberikan informasi penting lainnya relevan dengan pihak yang berkepentingan lainnya, seperti pemerintah dalam hal ini bank, pajak atau lembaga terkait lainnya (Rivai, 2013). Pemanfaatan teknologi informasi dapat membantu baik pengelola bank sampah maupun bagi konsumen. Setiap konsumen bisa melihat informasi apapun di website, mulai dari

sejarah, visi dan misi, informasi produk sampah, tabungan bank sampah, dan lain sebagainya.

Di era digital digital ini, banyak orang mencari informasi terkini di internet. Kemudahan mendapatkan informasi dari internet menjadi salah satu alasan mengapa banyak banyak orang memanfaatkan website untuk memperoleh dan berbagai informasi dengan cepat dan efisien. Untuk mengakses internet, pengguna dapat menggunakan berbagai perangkat seperti komputer, labtop, smartphone, dan tablet dengan menggunakan koneksi internet. Penyebaran informasi yang dilakukan situs tidak dibatasi oleh jarak dan waktu. Halaman web merupakan sesuatu yang dalam kehidupan kita tidak dapat dipisahkan. Sistem informasi adalah suatu sistem dalam organisasi yang mempertemukan kebutuhan pengolahan transaksi harian, mendukung operasi, bersifat manajerial, dan kegiatan strategi dari suatu organisasi. Sistem ini menyediakan pihak luar tertentu dengan laporan-laporan yang diperlukan. (Tingchi Liu et al., 2013). Website merupakan Kumpulan halaman-halaman web yang saling berhubungan satu sama lain dalam lingkup domain yang sama, berisi berbagai informasi yang dapat diakses dengan cepat dan mudah oleh pengguna selama mereka terhubung dengan internet. (Wooldridge, 2002)

#### 4. METODE

Melibatkan pengelola Bank Sampah Mutiara Timor untuk koordinasi tentang program-program permasalahan yang dihadapi oleh mitra. Beberapa kegiatan antara lain: pembuatan dokumen STP (*segmenting, targeting, positioning*) untuk mitra hal ini perlu dilakukan agar mitra paham betul tentang penentuan target pasar dan pemilihan media promosi yang tepat agar tepat juga sasarannya, kegiatan selanjutnya adalah melakukan sosialisasi kepada 70 orang mahasiswa di lingkungan kampus terkait bank sampah Mutiara Timor agar paham tentang keberadaan dan manfaat Bank Sampah sekaligus mendorong mereka untuk menjadi agen perubahan dalam memanfaatkan promosi *word of mouth* pada lingkungan sekitar, kegiatan ketiga adalah pembuatan buku kas sederhana, dan terakhir adalah pembuatan website yang bisa digunakan oleh pengelola Bank sampah dan para konsumen.

#### 5. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

##### a. Hasil

Koordinasi dilakukan di kantor Bank Sampah dihadiri oleh tim pengabdian dan pengelola Bank Sampah Mutiara Timor membahas tentang program-program yang akan dilaksanakan antara lain: pembuatan dokumen STP, sosialisasi pada mahasiswa yang akan diberdayakan sebagai agen perubahan untuk mempromosikan tentang Bank Sampah, pembuatan pembukuan dengan model *single entry bookkeeping* dan pembuatan website. Setelah membuat dokumen STP sangat membantu mitra untuk mengetahui target pasar dan pemilihan media promosi yang tepat. Pembuatan *single entry bookkeeping* bagi bank sampah ditujukan untuk Keteraturan pencatatan melalui laporan keuangan yang akan akan memudahkan proses mengontrol biaya secara akurat hingga menghitung laba dan rugi bisnis. Hasil laporan keuangan inilah yang akan digunakan oleh pemilik bank sampah untuk pengambil

keputusan. Informasi pemasaran dan model pembukuan akuntansi dimasukkan dalam website sebagai system informasi terpadu yang dapat diakses oleh pemilik bank sampah maupun nasabahnya.

Sejumlah 70 mahasiswa terdaftar sebagai konsumen Bank Sampah dan berlomba-lomba untuk membuat promosi secara massif baik dalam bentuk pengalaman menabung di bank sampah, memposting foto di media sosial masing-masing dengan Hastagh yang seragam yaitu #menabungsampahbersama. Selain itu, hasil yang diperoleh dari kegiatan akuntansi adalah dengan adanya buku kas masuk, buku kas keluar, laporan laba rugi, daftar asset, daftar piutang, buku tabungan digital sehingga memudahkan pemilik bank sampah mengetahui dengan jelas arus keluar masuk uang hingga persediaan yang dimiliki demi efektivitas usahanya. Di sisi lain, konsumen juga mendapatkan jaminan kepercayaan dengan buku tabungan digital yang dibuat. Dengan membuat website mampu meningkatkan jumlah kunjungan dan jumlah yang mendaftar sebagai konsumen bertambah 70 orang. Hal ini tidak menutup kemungkinan kerabat kenalan dari 70 mahasiswa tersebut juga akan menjadi konsumen Bank Sampah Mutiara Timor.

Berikut beberapa dokumentasi kegiatan pengabdian masyarakat melalui program hibah Dikti tahun 2023 Universitas Katolik Widya Mandira.



Gambar 2. Kegiatan Koordinasi Bersama Mitra



Gambar 3. Kegiatan Pembuatan STP, Laporan Arus Kas dan Pembuatan Website



Gambar 4. Sosialisasi tentang Bank Sampah kepada Mahasiswa

#### b. Pembahasan

Model pemasaran yang baik dengan *Word of Mouth* didukung pula dengan pemahaman serta desain Segmentasi, Targeting dan Positioning (STP) yang diberikan saat pengabdian ini membantu pemilik bank sampah dalam membidik pasar mana yang dituju agar program pemasaran bank sampah dibuat sesuai dengan karakteristiknya. Hal ini senada dengan hasil penelitian Manggu & Beni, 2021; Sinlae et al., 2023 yang menyatakan bahwa STP mampu meningkatkan perkembangan UMKM. STP pada Bank sampah sebagai UMKM diperlukan mengingat Bank sampah memiliki keunikan dengan *green* produknya sehingga memiliki target konsumen sendiri yang mempunyai kepedulian terhadap lingkungan (Fahik et al., 2023). Tepatnya model pemasaran pada target konsumen yang sesuai akan memperluas area pemasaran yang berakhir pada peningkatan pendapatan.

Selain dari segi pemasaran, penerapan model pembukuan single entry book keeping sebagai bagian dari akuntansi akan memudahkan Bank Sampah sebagai UMKM menata keuangannya mengingat dalam penelitian Manehat & Sanda (2022) dinyatakan bahwa rendahnya kualitas sumber daya manusia menjadi penyebab gagalnya UMKM. Safitri et al. (2023) menyatakan bahwa dengan diabaikannya pengelolaan keuangan oleh entitas maka akan berpengaruh pada tidak efektifnya keputusan bisnis yang dibuat. Christiawan (2002) juga menambahkan bahwa rendahnya pengetahuan akan akuntansi menyebabkan keputusan ekonomik yang diambil hanya berdasarkan intuisi dan pengalaman. Penegasannya ada pada kurangnya pemahaman akuntansi, pelaporan keuangan serta urgensi penggunaannya oleh pemilik UMKM.

Dengan dasar tersebut yang bersesuaian dengan keadaan bank sampah Mutiara Timor, maka desain model single entry book keeping yang terurai dalam informasi pencatatan keuangan pada buku yang tepat, pendokumentasian bukti transaksi secara teratur, memisahkan penggunaan uang pribadi dan uang bisnis, membuat daftar asset, kartu pencatatan tabungan digital merupakan ilmu yang diberikan pada saat pengabdian untuk menguatkan kapasitas pemilik bank sampah dalam bidang akuntansi yang akan berdampak pada peningkatan keuntungan bagi Bank Sampah. Daftar asset yang tertata dengan baik dapat memaksimalkan kinerja Bank sampah dari segi tingkat tingkat produksi (Bibiana et al., 2022). Praktik pembukuan yang dilakukan secara terstruktur, sistematis dan berkala akan membantu UMKM keluar dari permasalahan keuangannya (Dima et al., 2023)(Manehat, dkk. 2023).

Selain itu, manajemen pemasaran dan model pembukuan single entry book keeping untuk menyelesaikan masalah akuntansi dan pemasaran bank sampah diintegrasikan dalam website. Website ini merupakan bagian dari mendokumentasikan data keuangan maupun pemasaran dengan baik, sebagai sumber data valid bagi pemilik bank sampah yang akan mempermudah analisis untuk pengembangan bisnis. Website yang dibuat dalam pengabdian ini juga sekaligus berlaku sebagai wadah pasar digital untuk pertemuan pemilik bank sampah serta para konsumennya. Dibandingkan dengan model tradisional, penggunaan model digital juga dapat mempermudah promosi unit usaha (Sinlae et al., 2022, 2023). Website yang dibuat merupakan aplikasi dari digital marketing; sebuah strategi pemasaran yang menggunakan media digital dan internet (Omar & Atteya, 2020). Digital marketing merupakan salah satu media pemasaran yang paling banyak diminati saat ini oleh para pelaku bisnis karena menawarkan alternatif yang lebih masuk akal dalam menjangkau calon konsumen serta dapat menghemat biaya dan waktu jika dapat digunakan dengan benar (Erick Karunia et al., 2021; Melia et al., 2013; Nani et al., 2023; Qtaishat, 2022). Adapun website yang didesain sebagai hasil dari pengabdian ini dapat diakses pada link <https://mutiaratimor.my.id/admin/dashboard>

## 6. KESIMPULAN

Pemberian materi serta diskusi dengan pemilik bank sampah untuk penyelesaian masalah di bidang pemasaran dan akuntansi, berdampak pada perbaikan kualitas keuangan bank sampah serta memperluas jangkauan promosi dan konsumen bank sampah. Dengan STP yang didesain dalam pengabdian ini, serta model pemasaran yang menarik bagi bank sampah mendapatkan tambahan 70 nasabah baru. Selain itu, pencatatan keuangan bank sampah Mutiara Timor yang selama ini masih tercecer, kemudian disatukan dalam model single entry book keeping yang terpadu sehingga memudahkan pemilik bank sampah dalam pengambilan keputusan untuk pengembangan usahanya. Website yang dibuat pada pengabdian ini pada pemilik bank sampah menjadi pusat data yang valid dan terintegrasi bagi pemilik bank sampah dan konsumen sehingga mendatangkan peningkatan keuntungan serta meminimalisir dampak lingkungan di Kota Kupang.

## 7. DAFTAR PUSTAKA

- Bibiana, R. P., Manehat, B. Y., Imuneno, A. Y. W., Hermanus, E. P. B., & Ndun, M. A. V. (2022). Memotret Akuntansi Aset Biologis Pada Kelompok Tani (Studi Pada Kelompok Tani Terbit Baru Dan Kelompok Tani Ps4 Abdi Laboratus-Ntt). *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, 10(2), 157-172. <https://doi.org/10.21067/jrma.v10i2.6848>
- Christiawan, Y. J. (2002). Kompetensi Dan Independensi Akuntan Publik: Refleksi Hasil Penelitian Empiris. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 4, 7992. <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/aku/article/view/15692>
- Dima, E. T. Y. D., Amaral, M. A. L., & Manehat, B. Y. (2023). Empowerment of msme resilience with pestel the strategy to minimize economic poverty in East Nusa Tenggara province. *Enrichment: Journal of*

- Management, 13(1), 435-442.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.35335/enrichment.v13i1.1306>
- Erick Karunia, Ahmad Juliana, Syahrani, Ahmatang, Nurul Hidayat, Budi Hasyim, Muh. Irfandy Azis, & Shalahuddin. (2021). Digital Marketing Training for UMKM of Tarakan City. *International Journal Of Community Service*, 1(2), 189-200.  
<https://doi.org/10.51601/ijcs.v1i2.3>
- Fahik, A. S., Musika, A., Roga, M. D. T., Fallo, A., Djuang, G., & Amaral, M. A. L. (2023). Keputusan Pembelian Kembali: Kepedulian Konsumen Terhadap Produk Ramah Lingkungan. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(4), 3818-3831.
- Fernandes, S., & Londhe, B. R. (2015). Influence of Social Reference Group on Buying Behavior, A Comparative Study Of Working And Non Working Women In Bangalore - A Pilot Study Analysis. *Indian Journal of Science and Technology*, 8(March), 95-124.  
<https://doi.org/10.17485/ijst/2015/v8iS6/64720>
- Fontes, E., Moreira, A. C., & Carlos, V. (2021). The influence of ecological concern on green purchase behavior. *Management and Marketing*, 16(3), 246-267. <https://doi.org/10.2478/mmcks-2021-0015>
- Haba, T. S., Paridy, A., & Amaral, M. A. L. (2022). Pengaruh Promosi Dan Segmentasi Pasar Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Pada PT . Dinamika Sejahtera Motor Kupang. *Pembangunan Ekonomi Berkelanjutan Pasca Pandemi Covid-19: Membaca Peluang Dan Tantangan, September*, 391-405.
- Hampson, D. P., & McGoldrick, P. J. (2013). A typology of adaptive shopping patterns in recession. *Journal of Business Research*, 66(7), 831-838.  
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2011.06.008>
- Harris, C., & Bray, J. (2007). Price Endings and Consumer Segmentation. *Journal of Product and Brand Management*, 16(3), 200-205.  
<https://doi.org/10.1108/10610420710751573>
- Manehat, B. Y., & Sanda, F. O. (2022). Meninjau Penerapan Sak Emkm Pada Umkm Di Indonesia. *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, 10(1), 2-11.  
<https://doi.org/10.21067/jrma.v10i1.6634>
- Manehat, B. Y., & Sonbay, Y. Y. (2022). Saving Waste: A Strategy To Minimize Economic And Environmental Poverty Problems In East Nusa Tenggara Province. *The 5th JBFEM Symposium: EKUITAS Award*, 2(November).  
<https://link.springer.com/10.1007/978-3-031-04725-1>
- Manggu, B., & Beni, S. (2021). Analisis Penerapan Segmentasi, Targeting, Positioning (Stp) Dan Promosi Pemasaran Sebagai Solusi Meningkatkan Perkembangan Umkm Kota Bengkayang. *Sebatik*, 25(1), 27-34.  
<https://doi.org/10.46984/sebatik.v25i1.1146>
- Manuleus, Y. (2022, April 19). Warning! Sampah di Kota Kupang Capai 218.98 Ton Per Hari. *Victory News*.
- Melia, Y., Rafika, M., Arjuna, S., Siregar, M. R., & Limbong, C. H. (2013). *Digital Marketing Training on MSMEs Built by BPODT ( Lake Toba Authority Implementing Agency )*. 188, 178-181.
- Nani, P. A., Amaral, M. A. L., Boelan, E. G., Baunsele, A., & ... (2023). Pelatihan Digital Marketing Dalam Memasarkan Produk Badan Usaha Milik Desa. *Bakti* ..., 06, 77-84.  
<http://jurnal.unimor.ac.id/index.php/BC/article/view/3940>  
<http://jurnal.unimor.ac.id/index.php/BC/article/download/3940/1295>
- Omar, A. M., & Atteya, N. (2020). The Impact of Digital Marketing on

- Consumer Buying Decision Process in the Egyptian Market. *International Journal of Business and Management*, 15(7), 120. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v15n7p120>
- Qtaishat, N. M. (2022). The Impact of E-marketing on Consumer Purchase Decision in Jordan. *WSEAS Transactions on Business and Economics*, 19(December 2021), 161-168. <https://doi.org/10.37394/23207.2022.19.17>
- Rivai, H. V. (2013). *Commercial Bank Management : Manajemen Perbankan dari Teori ke Praktik*. Raja Grafindo Persada.
- Safitri, E., Sriyuniati, F., & Chandra, N. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan dan Sikap Keuangan terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan UMKM (Studi Kasus pada Usaha Mikro Bidang Kerajinan di kota .... *Jurnal Akuntansi, Bisnis ...*, 2(1), 118-128. <https://akuntansi.pnp.ac.id/jabei/index.php/jabei/article/view/64>
- Sia Niha, S., Lopes Amaral, M. A., & Tisu, R. (2022). Factors Influencing Behavior to Reducing Household Food Waste in Indonesia. *Kinerja*, 26(1), 125-136. <https://doi.org/10.24002/kinerja.v26i1.5493>
- Sinlae, A. A. J., Batarius, P., & Antonius, T. A. (2022). Rancang Bangun Social Media sebagai Sarana. *Jurnal Sistem & Teknologi Informasi Komunikasi*, 2(2), 8-15. <https://doi.org/https://doi.org/10.32524/jusitik.v2i2.435>
- Sinlae, A. A. J., Nani, P. A., Amaral, M. A. L., Ketmoen, A., Tukan, G. D., & Ratumakin, P. A. K. L. (2023). Pelatihan Digital Marketing Untuk Penguatan Kapasitas BUMDes Kecamatan Kupang Barat. *Jurnal Abdimas Bina Bangsa*, 4(1), 263-270. <https://doi.org/https://doi.org/10.46306/jabb.v4i1.363>
- Tingchi Liu, M., Brock, J. L., Cheng Shi, G., Chu, R., & Tseng, T. H. (2013). Perceived benefits, perceived risk, and trust: Influences on consumers' group buying behaviour. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 25(2), 225-248. <https://doi.org/10.1108/13555851311314031>
- Wooldridge, J. M. (2002). *Econometric Analysis of Cross Section and Panel Data*. In *booksgooglecom* (Vol. 58, Issue 2). MIT Press. <https://doi.org/10.1515/humr.2003.021>