

# Strategi Peningkatan Kinerja Pemasaran Pada *Green Entrepreneurship* Kursi dan Meja Limbah Ban dengan Analisis 4P

Arif Dzulfikar<sup>1\*</sup>, Busharmaidi<sup>2</sup>, Astriyani Sandya Paramita<sup>3</sup>,  
Nadia Ayulya Syahrial<sup>4</sup>, Evita Ratna Sari<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup>Administrasi Bisnis Otomotif, Politeknik STMI Jakarta, Jakarta Pusat

<sup>1\*</sup>Koresponden email: arifdzulfikar@stmi.ac.id

Diterima: 3 Desember 2023

Disetujui: 7 Desember 2023

## Abstract

The amount of tire waste in Indonesia is estimated to reach 11 million tonnes. One of the businesses that plays a role in preventing environmental damage due to tire waste is Kursi Meja Ban Ciberes business. This business is located in Ciberes, Bogor and processes waste tires into chairs and tables products. This business can be categorized as a green entrepreneurship business. The purpose of this study is first to identify and evaluate Product, Price, Place, and Promotion factors. Second, this study aims to develop a strategy on the 4P factors that are considered to require increased performance. Data were collected through interviews with business owners of tire waste table chairs, consumers, business expert, and through obtaining secondary data through literature studies. After being analyzed, two factors were obtained that needed to be improved or increased, the factors are product and promotion. In terms of products, the Kursi Meja Ban Ciberes business can increase the variety of types of tables and chairs it produces, so that it can be in demand by other market segments. From a marketing perspective, marketing content can still be improved with digital marketing. With YouTube marketing content videos and Instagram platform, it is hoped will attract consumers, so that they can increase the number of product sales produced.

**Keywords:** *tire waste, green entrepreneurship, digital marketing*

## Abstrak

Jumlah limbah ban di Indonesia diperkirakan dapat mencapai 11 juta ton. Salah satu usaha yang berperan dalam mencegah kerusakan lingkungan akibat limbah ban berada di daerah Ciberes Bogor, yaitu bisnis kursi meja ban Ciberes. Usaha ini mengolah limbah ban menjadi produk kursi dan meja. Bisnis ini dapat dikategorikan sebagai bisnis *green entrepreneurship*. Tujuan dari penelitian ini adalah pertama untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi faktor Product, Price, Place, dan Promotion. Kedua, penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan strategi pada faktor 4P yang dianggap memerlukan peningkatan kinerja. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dengan pemilik usaha kursi meja limbah ban, konsumen, pakar bisnis, dan melalui perolehan data sekunder melalui studi literatur. Untuk meningkatkan kegiatan pemasaran bisnis kursi meja ban Ciberes, dilakukan analisa 4P (*Product, Price, Place, Promotion*). Setelah dianalisis, diperoleh dua faktor yang perlu mengalami perbaikan atau peningkatan, yaitu *product* dan *promotion*. Dari segi produk, bisnis kursi meja ban Ciberes masih dapat mengalami peningkatan dari variasi jenis meja dan kursi yang dihasilkan, sehingga dapat diminati oleh segmen pasar lainnya. Dari segi pemasaran, konten pemasaran masih dapat diperbaiki, adanya pembuatan video konten pemasaran Youtube dan pembuatan platform Instagram diharapkan dapat memikat konsumen, sehingga dapat meningkatkan jumlah penjualan produk yang dihasilkan.

**Kata Kunci:** *limbah ban, green entrepreneurship, digital marketing*

## 1. Pendahuluan

Jumlah limbah ban di Indonesia diperkirakan dapat mencapai 11 juta ton. Jumlah limbah ban bekas yang tinggi, apabila tidak ditangani dengan baik, maka akan dapat menyebabkan berbagai macam dampak negatif terhadap lingkungan. Limbah ban yang tidak terurai, tentunya akan memakan ruang wilayah yang ada. Selain itu, limbah ban dapat berpotensi meningkatkan jejak karbon dan berkontribusi terhadap perubahan iklim. Ban yang terbakar dapat mengeluarkan asap hitam beracun ke udara [1].

Dari segi pengolahan, karakteristik dari ban bekas biasanya masih memiliki sifat bahan yang baik, elastisitas tinggi dan peredam guncangan. Salah satu usaha di daerah Ciberes Kabupaten Bogor, telah memanfaatkan limbah ban, untuk kemudian diolah menjadi kursi dan meja yang bisa dipakai untuk kegiatan bisnis dan rumah tangga. Bisnis kursi meja ban Ciberes ini telah berperan dalam mengurangi jejak karbon

dan pencemaran lingkungan akibat peningkatan limbah ban. Permasalahan yang dihadapi bisnis ini ialah tingkat penjualan yang masih berfluktuatif. Hal ini disebabkan kurangnya *channel* pemasaran dan jangkauan pemasaran yang masih terbatas di Jabodetabek. Selain itu, belum adanya akses pendanaan usaha yang berkelanjutan.

Skala bisnis usaha ini termasuk dalam golongan UMKM. Hal ini dikarenakan UMKM merupakan usaha yang dimiliki oleh perorangan. Selain itu, menurut Undang-Undang Republik Indonesia, suatu bisnis dapat dikategorikan sebagai UMKM dengan melihat pengeluaran modal yang tidak lebih dari 10 Miliar dan perolehan omzet yang tidak lebih dari 50 Miliar pada bisnis tersebut [2].

Bisnis kursi meja ban Ciberes ini juga disebut sebagai bisnis yang menerapkan konsep *green entrepreneurship* karena sangatlah memperhatikan keseimbangan manfaat yang tercipta bagi lingkungan dan masyarakat dalam pelaksanaannya, tanpa mengurangi potensi keuntungan yang akan didapatkan oleh bisnis ini dari hasil produksi barangnya [3]. Definisi *green entrepreneurship* adalah suatu kegiatan wirausaha yang memiliki komitmen untuk memberikan perhatian terhadap lingkungan dalam proses pelaksanaannya. Sedangkan, pemilik dari bisnis ini disebut dengan *green entrepreneur*. *Green entrepreneur* ini dapat dikatakan sebagai jiwa yang dimiliki oleh seseorang dengan keberanian dan tekad dalam melaksanakan bisnis yang ramah lingkungan, tidak hanya mengutamakan profit yang akan didapatkan oleh bisnisnya, namun juga ikut berkontribusi dalam menyelesaikan permasalahan yang terjadi pada lingkungan dan kehidupan sosial melalui ide-ide yang memiliki dampak positif, kreatif, dan juga inovatif [4].

Dari segi produk, bisnis kursi meja ban Ciberes ini masih terdapat peluang pengembangan produk menjadi produk-produk lain yang lebih bervariasi. Dari segi pemasaran, bisnis kursi meja ban Ciberes ini telah memasarkan produknya ke daerah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi. Dalam pemasarannya telah dilakukan melalui *word of mouth*, yaitu dari orang ke orang yang tergolong efektif. Selain itu, cara pemasaran lain yang potensial dilakukan ialah pemasaran digital. Bisnis kursi meja ban Ciberes telah mencoba menggunakan platform digital, seperti *Whats App*. Dari platform digital tersebut, konten pemasaran dinilai masih perlunya perbaikan dan perlunya penggunaan iklan dalam pemasaran secara *digital*. Selain itu, masih adanya peluang penggunaan platform lainnya, seperti Instagram dan Youtube. Dengan *digital marketing* melalui perbaikan konten dan penggunaan platform digital lainnya, diharapkan dapat meningkatkan pangsa pasar dari produk kursi dan meja ban Ciberes.

*Digital marketing* termasuk bidang yang potensial di Indonesia, pengguna *digital marketing* ini meningkat setiap tahunnya. Pengguna internet di Indonesia pada Januari 2022 sebanyak 204,7 juta jiwa, terjadi peningkatan sebesar 2,1 juta jiwa dari tahun sebelumnya [5]. Peningkatan penggunaan internet di Indonesia ini juga diikuti dengan peningkatan transaksi yang terjadi di e-commerce Indonesia. Bahkan, pada kuartal I tahun 2022 saja, transaksi *e-commerce* di Indonesia telah berhasil mencapai Rp 108,54 triliun atau meningkat sebesar 23% dari periode yang sama di tahun 2021 [6]. Untuk tahun sebelumnya telah terdapat 32,23% usaha yang melakukan penjualan melalui *e-commerce*, meningkat daripada tahun 2020 yang hanya sebesar 25,25% [7]. Berdasarkan hasil penelitian, juga didapatkan kesimpulan bahwa media digital sangatlah diperlukan oleh UMKM dalam memasarkan produk agar produk tersebut lebih dikenal oleh konsumen [8]. Oleh karena itu, sudah banyak UMKM yang mulai beralih ke transaksi digital dikarenakan potensi yang terlihat cukup besar.

Adanya *digital marketing* dapat membantu agar suatu bisnis berkembang dengan baik. UMKM yang bisnisnya sudah mampu di akses secara online, akan lebih mampu mengembangkan e-commerce nya dengan terlibat di media sosial dan akan mendapatkan keuntungan yang signifikan bukan hanya dalam sisi profit, namun juga inovasi, kesempatan kerja, dan daya saing [9]. Sehingga, *digital marketing* lebih prospektif daripada *marketing offline* karena mampu memungkinkan para pelanggan yang potensial untuk mendapatkan berbagai informasi mengenai produk yang diinginkannya dan melakukan transaksi secara lebih mudah menggunakan internet [10].

*Digital marketing* juga memiliki dampak yang signifikan terhadap suatu bisnis. *Digital marketing* memiliki pengaruh yang positif secara signifikan terhadap volume penjualan [11]. Pada, penelitian berikutnya yang dilakukan kepada sekelompok ibu rumah tangga di sebuah desa pada Kabupaten Malang membuktikan adanya dampak positif berupa peningkatan penjualan hingga mencapai 50% melalui online marketing [12]. Penelitian lainnya, Tiga UMKM Ubi di Cilembu yang dua diantaranya masih menggunakan marketing secara konvensional atau offline hanya mampu mendapatkan rata-rata omzet sekitar Rp.166.800.000 pertahun, berbeda dengan salah satunya yang memanfaatkan digital marketing mampu mendapatkan omzet hingga Rp. 324.000.000 per tahunnya [13].

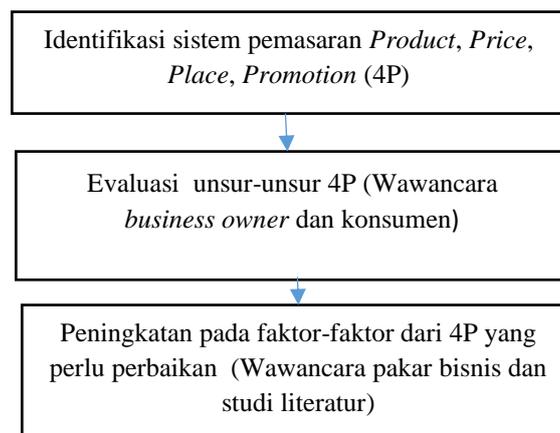
Tujuan penelitian ini adalah pertama untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi faktor *Product, Price, Place, dan Promotion*. Kedua, penelitian ini bertujuan untuk menyusun strategi pada faktor-faktor 4P yang

dinilai masih memerlukan peningkatan kinerja. Dengan tujuan penelitian tersebut, diharapkan kinerja pemasaran bisnis kursi meja ban Ciberes dapat mengalami peningkatan, sehingga terjadinya peningkatan *market share* bisnis tersebut.

## 2. Metode Penelitian

Lokasi penelitian bertempat di bisnis meja kursi dari limbah ban di Jl. Ciberes Desa, Cidokom, Kec. Gn. Sindur, Kabupaten Bogor, Jawa Barat. Waktu penelitian dilakukan pada bulan Maret-Desember 2022. Metode pelaksanaan dimulai dengan mengidentifikasi sistem pemasaran yang telah dilakukan oleh kursi ban Ciberes. Identifikasi dilakukan dari segi 4P (*Product, Price, Place, Promotion*). Setelah itu, melakukan evaluasi unsur promosi yang perlu ditingkatkan, baik dari produk, harga, tempat, dan promosi. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode penelitian kualitatif. Pendekatan yang digunakan ialah studi kasus melalui observasi tempat Bisnis Meja Kursi Ban Ciberes dan wawancara.

Data primer diperoleh dengan melakukan observasi, wawancara pada *business owner* kursi meja ban Ciberes, melakukan *in depth interview* dengan konsumen, melakukan wawancara pada pakar bisnis untuk strategi perbaikan Data sekunder sebagai perbandingan dan *benchmark* diperoleh melalui studi literatur. Evaluasi perbaikan diperoleh melalui wawancara dengan konsumen dan *business owner* untuk melihat kekurangan yang ada di unsur 4P (*Product, Price, Place, Promotion*). Strategi pemasaran disusun berdasarkan *benchmark*/ studi literatur dan pakar ahli melalui pembuatan konten pemasaran dan saran perbaikan. Dari segi produk, dapat dilihat apakah produk masih dapat dikembangkan menjadi produk bernilai tinggi. Dari segi tempat, dapat dilihat apakah kiranya lokasi produksi dan pemasaran sudah di tempat yang strategis. Dari segi harga, dapat dilihat apakah harga sudah dapat dijangkau konsumen. Dari segi promosi, dapat dilihat apakah perlunya peningkatan dari konten pemasaran dan *channel digital*. Setelah itu, keempat faktor dievaluasi dan dipisahkan faktor yang kiranya perlu peningkatan. Pada faktor yang perlu peningkatan akan diperbaiki melalui pembuatan konten dan saran strategi pemasaran. Metode terdapat pada **Gambar 1**.



**Gambar 1.** Metode penelitian terapan

## 3. Hasil dan Pembahasan

### 3.1. Identifikasi dan Evaluasi Pemasaran 4P (*Product, Price, Place, Promotion*)

#### *Product*

Dari segi produk, bisnis kursi meja ban Ciberes (Gambar 2) memiliki kualitas produk yang sangat baik. Kursi yang terbuat dari bahan baku ban memiliki daya tahan yang sangat baik serta tidak mudah rusak. Kursi meja berbahan dasar ban bekas ini elastis dan fleksibel sehingga aman bagi anak-anak.

Produk kursi dan meja limbah ban ini lebih tahan lama karena tidak mudah pecah, sehingga sesuai untuk kebutuhan interior rumah tangga walaupun bahan baku yang digunakan relatif murah [14], [15]. Produk merupakan suatu faktor yang penting untuk diperhatikan, *brand image* yang baik akan membuat produk mudah dikenal banyak kalangan, sehingga perlunya tampilan produk yang menarik (warna, corak, kualitas) [16].



**Gambar 2.** Kursi meja ban Ciberes (Sumber: Dokumentasi pribadi)

Selain itu, kursi dan meja ban Ciberes memiliki motif yang bermacam-macam dan dapat dipesan sesuai *request*. Namun, disisi lain bentuk kursi dan meja ini masih bisa dikembangkan menjadi bentuk yang lebih beragam lagi. Serta, produk olahan limbah ban juga dapat diolah menjadi produk selain kursi dan meja, menyesuaikan dengan kebutuhan pasar. Hal ini dimaksudkan agar bisnis yang ada dapat lebih berkembang dan adanya peningkatan *market share*.

#### **Price**

Harga merupakan faktor penting yang memengaruhi kepuasan pelanggan, adanya harga yang terjangkau akan menarik pelanggan untuk membeli produk [17]. Dari segi harga, kursi dan meja ban Ciberes memiliki harga yang terjangkau. Hal ini dikarenakan bahan baku kursi yang berasal dari ban bekas, membuat biaya produksi tidak terlalu mahal. Bisnis kursi meja ban Ciberes biasanya menjual kursi dan meja dalam harga paket, dalam satu paket yang terdiri dari 4 kursi dan 1 meja, biasanya dijual dalam rentang harga 500.000-550.000 rupiah. Sementara, harga satuan kursi berada di rentang 100.000-120.000 rupiah. Harga tersebut juga sudah sesuai dengan kualitas kursi yang awet dan tahan lama.

#### **Place**

Bisnis kursi meja ban ciberes terletak di Jl. Ciberes Desa, RT.02/RW.02, Cidokom, Kec. Gn. Sindur, Kabupaten Bogor, Jawa Barat 16340 (**Gambar 3**). Secara lokasi, posisi bisnis usaha ini sangat strategis karena terletak di Kecamatan Gunung Sindur yang berbatasan langsung dengan daerah Tangerang Selatan, dekat daerah Sawangan Depok, dan tidak jauh dari Jakarta Selatan. Dengan lokasi yang berdekatan dengan wilayah bisnis atau pekerjaan, tentunya pangsa pasar potensial yang dapat diraih bisnis ini tergolong tinggi. Lokasi yang strategis juga memudahkan pengantaran barang ke lokasi-lokasi tujuan, dikarenakan akses transportasi dan jalan yang memadai. Dari segi tempat, bisnis ini diuntungkan dengan letaknya yang berada di sekitar daerah padat penduduk. Maka dari itu, tempat ini sudah sangat cocok untuk mengembangkan usaha kedepannya.

#### **Promotion**

Dari segi promosi, bisnis kursi dan meja ban Ciberes telah memasarkan produk secara langsung (*word of mouth*), yaitu pemasaran dari mulut ke mulut. Pemasaran dengan cara ini dinilai efektif, karena rata-rata konsumen yang telah membeli produk ini, juga menyebarkan produk tersebut ke keluarga, teman, dan saudara terdekat. Selain itu, bisnis meja kursi ban Ciberes telah mencoba berjualan secara *digital marketing*. Media sosial yang digunakan ialah *Whats App* dan *market place* Shopee. Penjualan dengan media *Whatsapp* tergolong cukup efektif. Namun, penjualan melalui *Shopee* masih tergolong belum efektif dikarenakan belum digunakannya fitur iklan dan konten pemasaran yang masih perlu peningkatan.



Gambar 3. Denah lokasi bisnis kursi meja ban Ciberes (Sumber : google.com)

### 3.2. Perbaikan Pada Faktor *Product* dan *Promotion*

#### *Product*

Dari segi produk, bisnis kursi meja ban Ciberes masih dapat mengalami peningkatan dari variasi jenis meja dan kursi yang dihasilkan. Kursi masih dapat dikreasikan menjadi bentuk yang bundar serta meja dapat diberi dekorasi penutup, sehingga bentuknya lebih menarik. Dengan adanya variasi tersebut, diharapkan dapat menambah pangsa pasar dari anak muda yang jumlahnya cukup besar.

Meja dan kursi dengan motif yang kreatif akan membantu membuat produk menjadi menarik bagi konsumen dan kebutuhan interior rumah tangga [18]. Jika motif yang dibuat berbentuk kartun, maka akan sangat menarik bagi konsumen seperti anak-anak [19]. Limbah ban dapat juga diolah menjadi produk lainnya yang memiliki nilai tambah cukup tinggi, seperti produk akuarium yang telah dilakukan oleh IKM di daerah Klaten. Harga akuarium dari ban bekas ini harganya berkisar diantara 600.000-1.000.0000 rupiah [20].

Selain itu, ketika proses produksi meja dan kursi ban, biasa ditemui adanya bahan sisa tali ban yang tertumpuk. Biasanya sisa tali ban tersebut akan dikumpulkan untuk nantinya menjadi bahan pembakaran kapur. Setelah dilihat kembali, tali ban tersebut masih sangat berpotensi untuk diolah menjadi produk yang lebih bernilai tambah, seperti souvenir yang dapat dibuat dari limbah ban. Souvenir ini dinilai memiliki nilai tambah yang tinggi, seperti souvenir berbentuk motor, sepeda, hiasan, dan lain-lain.

#### *Promotion*

Konsumen cenderung membuka website atau media sosial perusahaan untuk melihat produk apa saja yang ditawarkan, maka dari itu pemasaran melalui digital marketing merupakan hal yang penting bagi pebisnis. Pada dasarnya, pemasaran digital adalah pemasaran yang menggunakan platform digital online yang menggunakan alat seperti web, media sosial, email, basis data, seluler/nirkabel dan TV digital. Hal ini dimaksud untuk meningkatkan target konsumen dan juga untuk mengetahui profil, perilaku dan nilai-nilai yang ada pada produk serta loyalitas pelanggan atau target konsumen. Hal ini dirasa sangat efektif dan efisien dalam hal cara memasarkan produk karena dapat diakses oleh siapa saja dan dimana saja. Kegiatan digital marketing telah mencapai begitu banyak manfaat penggunaan media online dalam pemasaran [21].

Instagram merupakan media sosial terlengkap karena merupakan perpaduan dari segala platform media sosial yaitu dapat mengunduh, berbagi klip video gratis dan juga dapat melakukan pesan instan, terdapat juga seperti iklan di timeline dan *instastory* untuk lebih dekat dengan pengguna [22]. Penyebaran iklan melalui media Youtube saat ini sangat cepat dan lebih efektif dari media massa-media massa elektronik lainnya seperti televisi dan radio. Di Youtube terdapat banyak konten *creator* dari berbagai kalangan seperti *entertainment*, edukasi, *daily life*, hingga konten-konten luar angkasa. Maka dari itu dirasa mempromosikan produk melalui Youtube juga disarankan bagi pelaku bisnis karena dimasa sekarang penting untuk membangun interaksi dan promosi melalui media sosial [23].

Dalam hal promosi, dilakukan kegiatan penyuluhan agar kegiatan promosi tersebut dapat memikat konsumen. Kegiatan penyuluhan yang dilakukan, diantaranya, pertama menyarankan untuk memaksimalkan konten digital. Konten digital dengan desain yang menarik dan unik akan dapat menarik dan memikat konsumen. Maka dari itu, konten pemasaran disarankan tidak hanya berbentuk gambar saja,

namun juga dapat berbentuk video yang lebih interaktif. Pembuatan video pemasaran tersebut akan dilakukan pada kegiatan selanjutnya.

Selain itu, tahapan kegiatan yang dilakukan adalah dengan menyarankan penggunaan fitur pemasaran pada *market place* dan media sosial yang digunakan. Disarankan agar usaha IKM kursi meja ban Ciberes dapat menggunakan fitur *Ads* atau beriklan. Dengan fitur *Ads* tersebut, dapat dipilih target pasar potensial yang menjadi sasaran. Kemudian, dengan beriklan pula produk yang kita pasarkan akan berada pada posisi yang lebih atas dan lebih mudah ditemukan oleh konsumen.

Jumlah pengguna Instagram di Indonesia pada tahun 2022 mencapai 99,15 juta jiwa dan pengguna You tube mencapai 127 juta jiwa [24]. Maka dari itu, bisnis kursi meja ban Ciberes juga dapat memanfaatkan platform Instagram ini.

#### **Konten Video Pemasaran (*Promotion*)**

Alternatif model bisnis yang dapat diterapkan untuk meningkatkan *market share*, yaitu dapat memperbaharui *channel* melalui pemasaran digital (*Instagram, Market Place, Facebook*) dan juga membuat konten video pemasaran yang atraktif dan menarik [25]. *Digital marketing* memiliki peran penting dalam peningkatan penjualan, media komunikasi *up to date*, dan menciptakan efektifitas biaya promosi. Selain itu, adanya *digital content marketing* dapat membuat loyal terhadap produk yang dibeli dan meningkatkan kesadaran merek [26]. Salah satu media digital yang efektif dalam pemasaran ialah Youtube. Dengan adanya konten Youtube membuat pelanggan menjadi yakin dan tertarik untuk membeli suatu produk. Youtube juga terbilang efektif dalam meningkatkan jumlah *subscriber* [27].

Untuk meningkatkan ketertarikan pelanggan dan meningkatkan penjualan dibuatlah video konten pemasaran Youtube yang menceritakan *green entrepreneurship* sebagai solusi permasalahan lingkungan beserta keunggulan produk Kursi Meja Limbah Ban. Konten video pemasaran tersebut dapat dilihat pada **Gambar 4**.

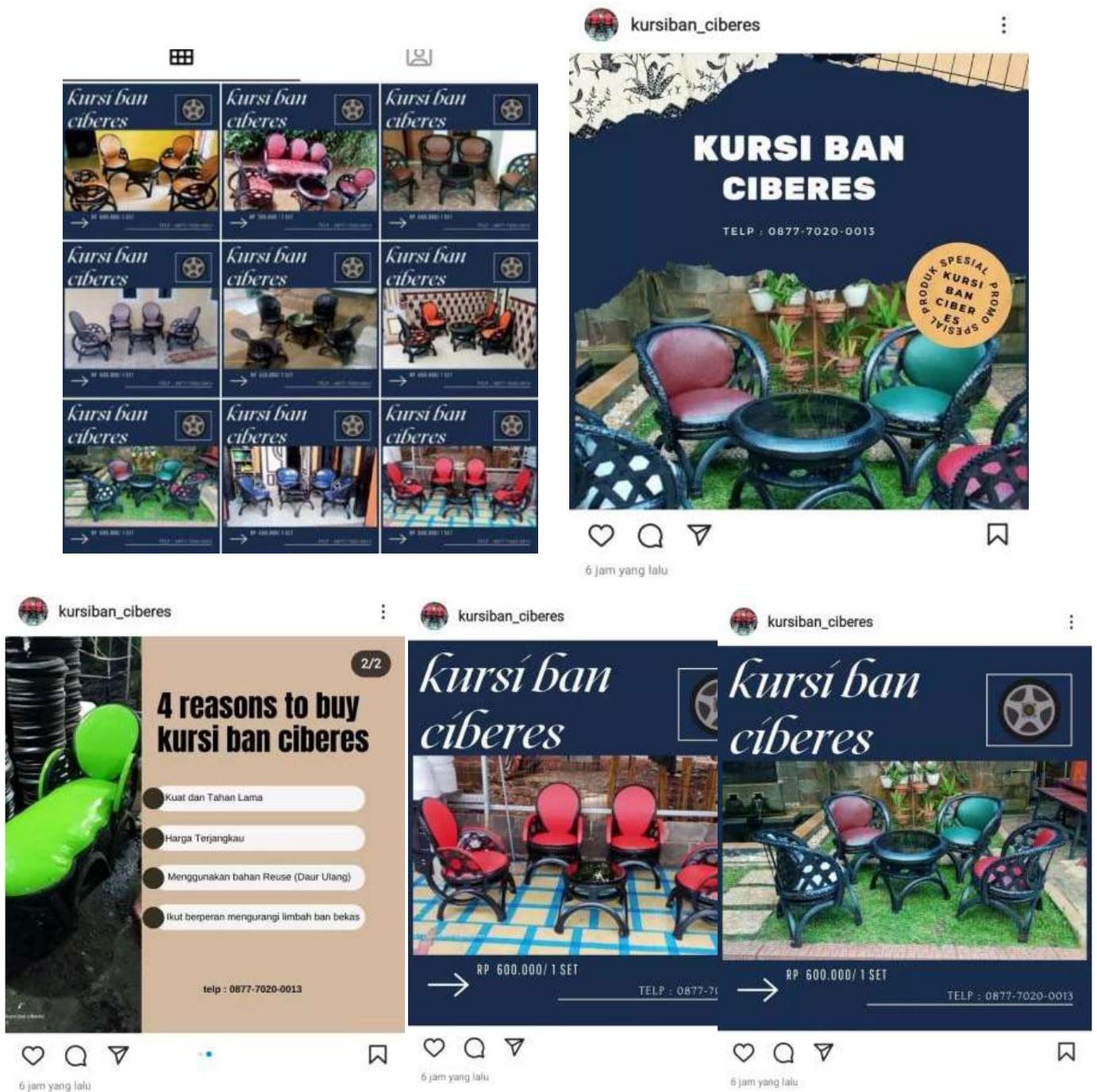


**Gambar 4.** Konten video pemasaran Youtube bisnis kursi meja ban Ciberes  
Sumber link : <https://www.youtube.com/watch?v=-LFROhm4msQ&feature=youtu.be>

### Konten Instagram

Salah satu platform *digital marketing* yang efektif adalah Instagram. Instagram dapat lebih mudah dimengerti dan dilihat konsumen dikarenakan pelayanan utama yang berbentuk video dan gambar [28]. Instagram berperan dalam komunikasi visual, untuk dapat menarik konsumen dibutuhkan kreatifitas dalam membuat konten gambar dan video [29]. Instagram memiliki banyak peran dalam *digital marketing*; diantaranya meningkatkan eksistensi melalui *caption* informatif, *feedback* komentar, dan *direct message* interaktif; menguatkan *engagement*, dan meningkatkan penjualan melalui peningkatan *traffic* [30].

Untuk meningkatkan daya tarik konsumen, memperluas segmentasi ke segmen anak muda, meningkatkan loyalitas, dan penjualan; maka dibuatlah akun Instagram pemasaran Kursi Meja Ban Ciberes. Konten dibuat dengan berbagai macam visualisasi supaya calon pembeli merasa tertarik dan ingin lebih mencari tahu lebih dalam tentang produk yang sedang mereka lihat. Contohnya berisi informasi seperti keuntungan produk tersebut dan alasan mengapa calon pembeli harus membeli produk tersebut. Konten Instagram terdapat pada **Gambar 5**.



**Gambar 5.** Konten Instagram bisnis kursi meja ban Ciberes  
Sumber : ID Instagram : kursiban\_ciberes

#### 4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa 4P (*Product, Price, Place, Promotion*) pada bisnis kursi meja ban Ciberes diperoleh dua faktor yang perlu mengalami perbaikan atau peningkatan, yaitu *product* dan *promotion*. Dari segi *product*, bisnis kursi meja ban Ciberes masih dapat mengalami peningkatan dari variasi jenis meja dan kursi yang dihasilkan, sehingga dapat diminati oleh segmen pasar lainnya. Selain itu, bisnis ini dapat memanfaatkan sisa tali ban untuk dijadikan suvenir yang memiliki nilai jual lebih tinggi. Tidak hanya itu, bisnis ini juga memiliki alternatif untuk membuat produk lainnya, seperti akuarium dari limbah ban yang juga memiliki nilai jual yang tinggi. Dari segi pemasaran, konten pemasaran masih dapat diperbaiki. Adanya pembuatan video konten pemasaran Youtube kursi meja ban Ciberes yang menarik diharapkan dapat meningkatkan minat dan ketertarikan konsumen untuk membeli. Selain itu, adanya platform Instagram Bisnis Kursi Meja Ban Ciberes diharapkan pula dapat meningkatkan jumlah penjualan produk tersebut dikarenakan meningkatnya daya tarik, loyalitas pelanggan, dan bertambahnya segmen pasar anak muda.

#### 5. Referensi

- [1] Eco-Green, "Environmental impacts of waste tire," p. <https://ecogreenequipment.com/environmental-impact>, 2021, [Online]. Available: [https://ecogreenequipment.com/environmental-impacts-of-waste-tiredisposal/#:~:text= Tires do not decompose.,can contribute to climate change](https://ecogreenequipment.com/environmental-impacts-of-waste-tiredisposal/#:~:text=Tires do not decompose.,can contribute to climate change)
- [2] D. D. Prahesti and P. P. Putri, "Pemberdayaan Usaha Kecil dan Mikro melalui Dana Zakat Produktif," *Ilmu Dakwah Acad. J. Homilet. Stud.*, vol. 12, no. 1, pp. 141–160, 2018, doi: 10.15575/idajhs.v12i1.1905.
- [3] Musdalifah, Putri Apria Ningsih, and Ahmad Syukron Prasaja. *Pengaruh Pengetahuan Dan Self-Efficacy Terhadap Minat Green Entrepreneur Pada Mahasiswa FEBI UIN STS JAMBI*. Diss. UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, 2022.
- [4] D. Meliani and L. F. Panduwinata, "Pengaruh Mata Kuliah Kewirausahaan dan Motivasi Berwirausaha terhadap Pembentukan Jiwa Green Entrepreneur Mahasiswa," *J. Pendidik. Adm. Perkantoran*, vol. 10, no. 1, pp. 16–30, 2022, doi: 10.26740/jpap.v10n1.p16-30.
- [5] Kompasiana, "Data digital Indonesia tahun 2022," p. <https://www.kompasiana.com/andidwiryanto/620fe146>, 2022.
- [6] Liputan6, "Transaksi E-Commerce Indonesia Rp 108,54 Triliun di Kuartal I-2022," *liputan6.com*, 2022.
- [7] Badan Pusat Statistik, *Statistik E-Commerce 2022*. 2022.
- [8] R. Jannatin, M. W. Wardhana, R. Haryanto, and A. Pebriyanto, "Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM," *J. IMPACT Implement. Action*, vol. 2, no. 2, 2020, doi: 10.31961/impact.v2i2.844.
- [9] A. Wardhana, "Strategi Digital Marketing dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing UMK di Indonesia," *Semin. Nas. Keuang. dan Bisnis IV*, no. April 2015, pp. 327–337, 2015.
- [10] S. Purwana ES, Dedi, Rahmi, Aditya, "Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro , Kecil , Dan Menengah ( Umkm )," *J. Pemberdaya. Masy. Madani*, vol. 1, no. 1, pp. 1–17, 2018.
- [11] E. Darmawan and R. Aqino, "Pengaruh Penggunaan Digital Marketing Terhadap Volume Penjualan Di Masa Pandemi COVID-19: Studi Kasus Produk UMKM Makanan Khas Banten Di Kota Serang," *J. Akunt. dan Pajak*, vol. 23, no. 2, 2023.
- [12] N. P. Irianti, R. D. A. Susanti, O. D. Triswidrananta, and E. M. S. Wijaya, "Peningkatan Omset Penjualan Kelompok Pengrajin Keset melalui Online Marketing," *Abdimas J. Pengabd. Masy. Univ. Merdeka Malang*, vol. 6, no. 1, pp. 52–60, 2021, doi: 10.26905/abdimas.v1i1.4819.
- [13] D. Azmi Fadhillah and T. Pratiwi, "Strategi Pemasaran Produk UMKM Melalui Penerapan Digital Marketing (Studi Kasus pada Kelompok Usaha 'Kremes Ubi' di Desa Cibunar, Kecamatan Rancakalong, Sumedang)," *Coopetition J. Ilm. Manaj.*, vol. 12, no. 1, pp. 17–22, 2021, doi: 10.32670/coopetition.v12i1.279.
- [14] Faris Lismana, Hendri Puji, Arif Rakhman Hadi, and Muhammad Nur Ikhwan. "Kurma Mini Babe (Kursi dan Meja Mini Berbahan Dasar Ban Bekas) dengan Seni Motif Aneka Kartun Anak." *Pekan Ilmiah Mahasiswa Nasional Program Kreativitas Mahasiswa-Kewirausahaan 2013*. Indonesian Ministry of Research, Technology and Higher Education.
- [15] D. C. Dewi, "Analisa Ergonomis Pemanfaatan Meja dan Sofa dari Limbah Ban Mobil," *J. Electr. Power Control Autom.*, vol. 3, no. 1, p. 1, 2020, doi: 10.33087/jepca.v3i1.32.

- [16] A. Dzulfikar, S. Jahroh, and M. M. Ali, "Strategi Peningkatan Kepuasan Konsumen Jahe Sang Jawara Di Masa Pandemi Covid-19 Dengan Pendekatan Importance Performance Analysis," *J. Apl. Bisnis dan Manaj.*, vol. 7, no. 3, pp. 681–693, 2021, doi: 10.17358/jabm.7.3.681.
- [17] Indriani, Yunita, Mohammad Saiful Bahri, and Agung Yatiningrum. "Pengaruh Pelayanan Prima Dan Harga Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Pegadaian UPC Dringu Kabupaten Probolinggo." *JUMAD: Journal Management, Accounting, & Digital Business* 1.2 (2023): 231-240.
- [18] Y. D. Manafe, D. A. T. D. Sina, and E. R. Mauboy, "Meubeler Ban Bekas Pemuda Gereja Tamariska Maulafa Kota Kupang," *J. Pengabd. Kpd. Masy. Undana*, vol. 14, no. 2, pp. 23–26, 2020.
- [19] H. Puji, F. Lismana, A. R. Hadi, and M. N. Ikhwan, "Kurma Mini Babe ( Kursi Dan Meja Mini Berbahan Dasar Ban Bekas ) Dengan Seni Motif Aneka Kartun Anak," no. 1, pp. 1–4, 2013.
- [20] Merdeka.com, "Akuarium Ban Bekas dari Klaten," 2021.
- [21] P. R. Sari, "Analisa Strategi Digital Marketing dalam Membantu Penjualan Living Space dan Efo Store," 2018.
- [22] Nugroho, Thallita Affifah, and Farah Citra Azzahra. "Pemanfaatan instagram sebagai media promosi social commerce usaha bro. Do." *Jurnal Pustaka Komunikasi* 5.1 (2022): 136-149.
- [23] Candra, Muhammad Fazri. "Efektivitas Youtube Sebagai Media Promosi Program Studi Ilmu Komunikasi Fisip Unpas." *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi* 5.2 (2022): 231-236.
- [24] Zhu, Yu-Qian, Dinna Amelina, and David C. Yen. "Celebrity endorsement and impulsive buying intentions in social commerce-The case of instagram in Indonesia: Celebrity endorsement." *Research Anthology on Social Media Advertising and Building Consumer Relationships*. IGI Global, 2022. 1401-1419.
- [25] A. Dzulfikar, S. Jahroh, and M. M. Ali, "Business Development Strategy of Instant Ginger Start-Up in The Covid-19 Pandemic," *J. Manaj. dan Agribisnis*, vol. 19, no. 2, pp. 165–178, 2022, doi: 10.17358/jma.19.2.251.
- [26] K. J. Kamuri, "Analisis Peran Digital Content Marketing Bagi Wirausaha Milenial Di Kota Kupang Dalam Masa Pandemi Covid-19," *J. Manag. Small Mediu. Enterp.*, vol. 14, no. 2, pp. 225–238, 2021, doi: 10.35508/jom.v14i2.4784.
- [27] Habibi, Ahmad, and Desloehal Djumrianti. "Pengembangan Digital Content Youtube Sebagai Media Promosi Pada Habibi Tour." *Jurnal Pesona Sriwijaya* 1.1 (2022): 6-10.
- [28] W. Setiawan and H. Sama, "Penerapan Digital Marketing Menggunakan Instagram Pada Toko Indoraya Furniture," *Conf. Business, Soc. Sci. ...*, vol. 1, pp. 401–408, 2020, [Online]. Available: <https://journal.uib.ac.id/index.php/cbsit/article/view/1442>
- [29] Watajdid et al., "Jurnal sains pemasaran indonesia," *J. sains Pemasar. Indones.*, vol. XX, no. 3, pp. 241–257, 2021.
- [30] M. Rachmansyah and L. P. Supratman, "Peran Media Instagram Dalam Memasarkan Produk Fashion Dollies the Role of Instagram in Marketing Fashion Product Dollies," *J. Stud. Komun. Dan Media*, vol. 24, no. 1, pp. 73–90, 2020.