

Empowering Women through the Processing of Organic Waste into Eco-Enzyme in Gitik Village

Pemberdayaan Perempuan Melalui Pengolahan Limbah Organik Menjadi *Eco-Enzyme* di Desa Gitik

Sandryas Alief Kurniasanti*¹, Shinta Setiadevi², Eka Nurmala Sari³

^{1,2,3}Politeknik Negeri Banyuwangi

E-mail: sandryas.alief@poliwangi.ac.id¹, shinta.setiadevi@poliwangi.ac.id², ekanurmala@poliwangi.ac.id³

Abstract

*The issue of household organic waste management in Indonesia, particularly in Banyuwangi (where organic composition exceeds 50%), demands sustainable solutions. Eco-enzyme, a valuable product derived from fermenting this waste, was selected for development by the Ikatan Wanita Berlian (IWB) community in Gitik Village. However, commercialization constraints hindered the product's economic potential. This community service activity aimed to empower IWB members to market their product effectively. The method involved **participatory training** followed by **intensive mentoring** on the marketing mix, covering product standardization, attractive packaging design, and digital promotion strategies. Results indicate a significant increase in IWB members' skills in branding and utilizing digital platforms for sales. Eco-enzyme has successfully been elevated from a mere waste processing product to a creative industry commodity. An integrated marketing strategy proves crucial in ensuring the economic sustainability of environmentally friendly products.*

Keywords: Eco-enzyme, Digital Marketing, Organic Waste Management, Community Empowerment

Abstrak

Isu pengelolaan limbah organik domestik di Indonesia, terutama di Banyuwangi (komposisi >50%), memerlukan solusi yang berkelanjutan. Eco-enzyme, sebagai produk fermentasi dari limbah yang bernilai, dipilih untuk dikembangkan oleh komunitas Ikatan Wanita Berlian (IWB) di Desa Gitik. Akan tetapi, tantangan dalam pemasaran menghalangi potensi ekonomi produk ini. Kegiatan ini bertujuan untuk memberdayakan IWB agar dapat mengkomersialkan produk dengan efektif. Metode yang diterapkan adalah pelatihan partisipatif serta pendampingan intensif dalam bauran pemasaran, mencakup standarisasi produk, desain kemasan, dan promosi digital. Hasilnya memperlihatkan peningkatan yang signifikan dalam keterampilan IWB di bidang branding dan penguasaan platform digital untuk penjualan. Eco-enzyme sukses diekstrak dari produk limbah menjadi barang dalam industri kreatif. Strategi pemasaran yang terpadu terbukti penting dalam memastikan kelangsungan ekonomi produk yang berfokus pada lingkungan.

Kata kunci: Eco-enzyme, Pemasaran Digital, Pengelolaan Sampah Organik, Pemberdayaan Masyarakat

1. PENDAHULUAN

Masalah lingkungan hidup, terutama pengelolaan sampah domestik adalah isu penting di Indonesia. Data dari Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) di tahun 2023 mencatat bahwa total sampah nasional mencapai 69,9 juta ton. Dari keseluruhan itu, komposisi limbah didominasi oleh limbah organik berupa sisa makanan, yang mencapai angka 41,6%. Angka ini bahkan lebih besar di beberapa wilayah. Sebagai representasi kuantitatif audiens sasaran dan kawasan, di wilayah Banyuwangi, proporsi sampah organik pada tahun 2024 mencapai sekitar 52% (Dinas Lingkungan Hidup Banyuwangi, 2024). Apabila dibiarkan menumpuk tanpa diolah, limbah ini dapat menyebabkan dampak negatif seperti pencemaran tanah, air, dan udara, serta memicu beragam penyakit. Menurut Istanti et al., (2025) limbah yang tidak diolah secara tepat dapat menyebabkan permasalahan lingkungan dan juga kesehatan. Limbah yang menumpuk dapat menyebabkan pencemaran lingkungan dan menjadi sumber penyakit. Sehingga, perlunya meningkatkan kesadaran masyarakat akan pengolahan limbah yang benar.

Salah satu cara yang semakin sering digunakan untuk menangani dominasi limbah organik adalah dengan mengubahnya menjadi *eco-enzyme*. Menurut Galintin et al., (2021) *Eco-enzyme* adalah larutan yang dihasilkan dari fermentasi limbah buah dan sayuran yang memiliki sifat ekologis. Cairan ini memiliki banyak kegunaan, mulai dari pupuk, pestisida alami, hingga pembersih rumah, dan menunjukkan potensi pasar yang menjanjikan (Widyaningsih et al., 2025). Potensi ini diperhatikan oleh sekelompok wanita rumah tangga di Desa Gitik, Kecamatan Rogojampi, yang bernaung dalam sebuah komunitas. Komunitas ibu rumah tangga ini sudah mengambil inisiatif untuk mengolah sampah organik menjadi produk *eco-enzyme*.

Meskipun komunitas Ikatan Wanita Berlian (IWB) telah berhasil memproduksi *eco-enzyme*, upaya untuk menjadikannya sebagai sumber pendapatan tambahan keluarga masih terkendala pada aspek hilirisasi dan komersialisasi. Produk yang dihasilkan belum mampu bersaing di pasar karena kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam strategi pemasaran yang efektif. Menurut Sari et al., (2025) strategi pemasaran merupakan teknik yang digunakan untuk menonjolkan keunggulan dari sebuah produk agar dapat bersaing secara berkesinambungan. Oleh karena itu, perumusan masalah kegiatan pengabdian ini adalah: Bagaimana memberikan transfer pengetahuan dan keterampilan mengenai bauran pemasaran (*marketing mix*), khususnya dalam pengembangan produk, kemasan, dan promosi digital, kepada komunitas ibu rumah tangga IWB agar produk *eco-enzyme* dapat dipasarkan secara efektif, berkelanjutan, dan berkontribusi pada peningkatan ekonomi keluarga. Sejalan dengan perumusan masalah tersebut, tujuan kegiatan pengabdian ini adalah memberikan pemberdayaan kepada anggota IWB melalui pelatihan dan pendampingan implementasi bauran pemasaran, sehingga *eco-enzyme* dapat diposisikan sebagai produk industri kreatif berbasis lingkungan dan menjadi peluang usaha yang berkelanjutan.

Konsep dasar pengabdian ini didukung oleh kajian literatur yang primer dan mutakhir. Pemanfaatan limbah organik menjadi *eco-enzyme* sejalan dengan prinsip *sustainable development goals* (SDGs), dan secara empiris terbukti efektif dalam mengurangi beban sampah TPA Alao et al., (2024). Namun, *gap* yang sering ditemukan adalah kurangnya perhatian pada aspek komersialisasi dan keberlanjutan ekonomi dari produk olahan tersebut. Menurut Shoriah et al., (2025), produk hasil pengolahan limbah, meskipun memiliki nilai manfaat tinggi, sering gagal bersaing di pasar karena kualitas kemasan dan strategi promosi yang kurang optimal.

Untuk mengkaji lebih dalam mengenai produk *eco-enzyme*, penerapan konsep bauran pemasaran (4P), khususnya pada UKM (Usaha Kecil dan Menengah) atau industri rumah tangga merupakan pilihan yang tepat (Kotler et al., 2021). Bauran pemasaran yang efektif merupakan kunci untuk mengangkat produk lokal. Aspek Pengembangan Produk ditekankan untuk menjamin kualitas *eco-enzyme* yang konsisten, sesuai standar yang berlaku. Sementara itu, Kemasan yang menarik dan informatif adalah esensial untuk meningkatkan daya saing visual.

2. METODE

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah pendekatan pelatihan partisipatif yang ditindaklanjuti dengan pendampingan intensif dan berfokus pada hilirisasi produk. Pendekatan partisipatif dipilih karena merupakan strategi dalam implementasi sosial guna mendorong partisipatif masyarakat dan guna mengontrol keberlangsungan program (Nuryana et al., 2025). Kegiatan ini menyasar anggota komunitas Ikatan Wanita Berlian (IWB) di Desa Gitik, Kecamatan Rogojampi, Kabupaten Banyuwangi. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan dalam beberapa tahapan utama untuk mengatasi permasalahan mitra dalam aspek produksi dan pemasaran.

Tahap awal adalah persiapan dan observasi lokasi, yang meliputi observasi awal di Desa Gitik untuk mendapatkan persetujuan dan memastikan kesiapan mitra. Selanjutnya adalah penyusunan program rencana kerja, di mana tim mempersiapkan bahan dan alat, serta melakukan koordinasi dengan tim pelaksana.

Tahap inti kegiatan adalah pelatihan dan penerapan solusi, yang menggabungkan dua bidang permasalahan utama: produksi dan pemasaran. Pelatihan yang diberikan meliputi bimbingan teknis tentang pembuatan *eco-enzyme* dari limbah rumah tangga, dan dilanjutkan dengan pelatihan strategi pemasarannya. Pemasaran yang diperkenalkan adalah bauran pemasaran (*marketing mix*), yang mencakup strategi pengembangan produk, perancangan kemasan, dan promosi. Pengembangan produk bertujuan memastikan *eco-enzyme* memiliki kualitas yang konsisten, sementara pelatihan promosi berfokus pada pemanfaatan media sosial dan *platform* digital untuk memperluas jangkauan pasar.

Kegiatan diakhiri dengan monitoring dan evaluasi untuk memastikan anggota IWB mampu memproduksi *eco-enzyme* secara berkelanjutan dan dapat memasarkan produk tersebut menggunakan strategi yang tepat guna mendapatkan tambahan penghasilan keluarga. Tahap penutup adalah pelaporan dan publikasi luaran, termasuk pemenuhan target luaran wajib yang telah direncanakan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat oleh IWB di Desa Gitik. Aktivitas pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh kelompok ibu rumah tangga Ikatan Wanita Berlian (IWB) di Desa Gitik bertujuan untuk memberdayakan wanita melalui pengolahan limbah organik menjadi produk *eco-enzyme* dapat dilihat pada Gambar 1 (a) (b). Limbah organik, yang sebagian besar terdiri dari sisa makanan, merupakan bagian terbesar dari sampah rumah tangga di Banyuwangi (52%) (Dinas Lingkungan Hidup Banyuwangi, 2024). Jika tidak dikelola dengan baik, hal ini dapat menimbulkan pencemaran lingkungan serta masalah kesehatan di masyarakat (Istanti et al., 2025). Dengan mengubah limbah ini menjadi *eco-enzyme*, produk yang ramah lingkungan ini memiliki nilai tambah karena berfungsi ganda sebagai pupuk, pestisida alami, dan pembersih rumah tangga yang berpotensi menjangkau pasar yang luas (Galintin et al., 2021).

a. Pelatihan Partisipatif dalam Produksi dan Pemasaran

Pelatihan bersifat partisipatif yang menekankan pada produksi dan pemasaran *eco-enzyme* menjadi langkah penting untuk mencapai hasil yang berkelanjutan. Menurut Rahmani & Humaedi (2024) program kegiatan disusun sebagai upaya guna membantu memenuhi kebutuhan masyarakat dan guna meningkatkan kesejahteraan. Masyarakat tidak hanya sebagai objek dalam program kegiatan namun, harus berperan aktif didalamnya. keterlibatan aktif masyarakat sebagai penerima manfaat dari program kegiatan berperan penting dalam keberhasilan suatu program. Partisipasi dari masyarakat menjadi sebuah fondasi guna mendorong efektivitas keberlanjutan sebuah program. Pada aspek produksinya, pengetahuan teknis mengenai pembuatan *eco-enzyme* dari limbah organik rumah tangga telah meningkatkan kemampuan anggota komunitas untuk menghasilkan produk yang berkualitas dan konsisten. Hal ini mendukung standar kualitas produk yang menjadi salah satu faktor utama dalam daya saing di pasar.

Dalam hal pemasaran, penerapan strategi pemasaran 4P—termasuk pengembangan produk, kemasan, dan promosi digital—memberikan wawasan penting bagi anggota komunitas tentang cara memposisikan *eco-enzyme* sebagai produk berbasis industri kreatif yang ramah lingkungan. Pengembangan kemasan yang menarik dan informatif meningkatkan daya tarik visual produk, yang dinyatakan sebagai faktor penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Shorihah et al., 2025) dapat dilihat pada Gambar 1 (c). Selain itu, penggunaan *platform* media sosial dan digital sebagai alat promosi mampu memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan peluang penjualan.

b. Tantangan dalam Produksi dan Pemasaran

Meski telah mencapai keberhasilan dalam produksi dan pemasaran, masih ada beberapa tantangan, terutama dalam hal hilirisasi produk dan daya saing di pasar yang lebih luas. Keterbatasan pengalaman dalam strategi pemasaran yang efektif dan akses terbatas ke pasar

membuat penetrasi pasar untuk produk *eco-enzyme* yang dihasilkan belum optimal. Namun, dengan adanya pendampingan yang intensif dan pemantauan berkesinambungan, diharapkan kemampuan anggota komunitas akan terus berkembang, sehingga dapat mencapai keberlanjutan ekonomi bagi keluarga mereka. Hal ini juga dibuktikan oleh beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya bahwa dalam setiap program kegiatan perlu adanya monitoring dan pendampingan lebih mendapat guna memberikan dukungan keberlanjutan dan penyesuaian strategi jika diperlukan. Dalam kegiatan program tidak hanya sosialisasi tetapi perlu adanya monitoring yang dilakukan secara berkala (Nuryana et al., 2025).



Gambar 1. Limbah Organik (a) Proses Fermentasi *Eco-Enzyme* (b) Produk *Eco-Enzyme* (c)

c. Keunggulan dan Tantangan Program Pengabdian

Keunggulan dari program pengabdian ini terletak pada pendekatan pelatihan yang praktis dan langsung diterapkan, sehingga menghasilkan perubahan yang nyata bagi individu dan komunitas. Hal ini diharapkan masyarakat mudah untuk memahami serta menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini juga menunjukkan bahwa pendekatan partisipatif yang diterapkan dengan metode komunikasi dua arah lebih efektif dibandingkan dengan metode komunikasi searah. Riset menunjukkan bahwa pengambilan keputusan oleh masyarakat dengan pendekatan sosialisasi bersifat lebih interaktif dan cenderung dapat mendorong komitmen masyarakat terhadap keberlangsungan sebuah program (Susila et al., 2023). Indikator keberhasilan tentu terlihat dari peningkatan kualitas produk, kemampuan dalam pemasaran digital, dan potensi peningkatan pendapatan keluarga. Di sisi lain, tantangan utama terletak pada perluasan pasar dan kesinambungan produksi yang bergantung pada ketersediaan limbah organik serta kesiapan pasar.

d. Peluang Pengembangan ke Depan

Ada banyak peluang untuk pengembangan selanjutnya, khususnya dalam menciptakan produk turunan *eco-enzyme*, mendiversifikasi produk, dan meningkatkan kemasan dengan standar yang lebih profesional agar mampu bersaing di pasar yang lebih luas. Masyarakat sebagai pelaku usaha sebaiknya mengetahui apa yang dibutuhkan oleh konsumen sehingga mampu menyusun strategi usaha yang sesuai. Strategi yang dapat diterapkan agar mampu bersaing yaitu dengan diversifikasi produk (Martina et al., 2021). Diversifikasi produk dilakukan oleh pelaku usaha yang melakukan pengembangan produk baru dengan menghasilkan berbagai macam produk namun, produk lama masih dipertahankan (Wulandari et al., 2021). Pelatihan lanjutan yang menggabungkan aspek kewirausahaan dan pemasaran digital juga dapat sangat bermanfaat dalam memperkuat posisi produk di pasar.

4. KESIMPULAN

Bedasarkan laporan tentang pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh Ikatan Wanita Berlian (IWB) di Desa Gitik, dapat dikatakan bahwa upaya pemberdayaan perempuan melalui pemanfaatan limbah organik untuk menghasilkan produk *eco-enzyme* telah memberikan hasil yang sangat positif. Pelatihan yang bersifat partisipatif, yang mengombinasikan elemen produksi dan pemasaran, telah meningkatkan kemampuan anggota komunitas dalam menciptakan *eco-enzyme* berkualitas serta merancang strategi pemasaran digital yang efisien. Meskipun ada hambatan terkait distribusi produk dan penetrasi pasar, pendampingan yang intensif memberikan harapan untuk kelangsungan ekonomi keluarga. Keunggulan dari program ini terletak pada pendekatan yang praktis dan mampu membawa perubahan nyata, sementara ada banyak peluang untuk pengembangan di masa mendatang yang dapat dilakukan melalui diversifikasi produk, perbaikan kemasan, dan pelatihan kewirausahaan yang berkesinambungan. Dengan semua langkah ini, *eco-enzyme* tidak hanya membantu dalam pengelolaan limbah rumah tangga dengan cara yang ramah lingkungan, tetapi juga menjadi suatu peluang bisnis yang kreatif dan mampu memberdayakan perempuan dari segi ekonomi.

Kesimpulan ini menunjukkan betapa pentingnya kombinasi antara teknologi pengolahan limbah dengan pemasaran modern dalam menciptakan usaha berkelanjutan yang berbasis komunitas, serta memberikan dampak sosial yang positif. Selain itu, keberhasilan dari program ini juga menyoroti nilai strategis pemberdayaan perempuan dalam pengelolaan sumber daya lokal yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan bagi keluarga dan masyarakat secara keseluruhan. Oleh karena itu, pengembangan *eco-enzyme* oleh komunitas IWB dapat dijadikan contoh inspiratif dalam pelaksanaan pembangunan yang berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Politeknik Negeri Banyuwangi yang telah memberi dukungan **financial** terhadap pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Alao, K. T., Gilani, S. I. U. H., Sopian, K., Alao, T. O., Oyebamiji, D. S., & Oladosu, T. L. (2024). Biomass and organic waste conversion for sustainable bioenergy: A comprehensive bibliometric analysis of current research trends and future directions. *International Journal of Renewable Energy Development*, 13(4), 750–782. <https://doi.org/10.61435/IJRED.2024.60149>
- Dinas Lingkungan Hidup Banyuwangi. (2024). *Laporan Kinerja Instansi Pemerintah*. DLH Banyuwangi. <https://e-sakip.banyuwangikab.go.id/storage/pelaporan/lakip/ITjQPpTQ4aAcZtVNRloKJQN8rqYJdBK4qKXaSKEz.pdf>
- Galintin, O., Rasit, N., & Hamzah, S. (2021). Production and characterization of eco enzyme produced from fruit and vegetable wastes and its influence on the aquaculture sludge. *Biointerface Research in Applied Chemistry*, 11(3), 10205–10214. <https://doi.org/10.33263/BRIAC113.1020510214>
- Istanti, A., Susilowati, E., & Sari, E. N. (2025). Pelatihan Pembuatan Eco-Enzyme dari Limbah RumahTangga pada Kelompok Tani Desa Bangsring Kabupaten Banyuwangi. *Junal Pengabdian Masyarakat*, 6(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.32764/abdimasper.v6i2.5661>
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2021). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson Education. https://books.google.com/books/about/Marketing_Management.html?hl=id&id=zXpfzgEACAAJ
- Martina, N., Fathur, M., Hasan, R., Wulandari, L. S., & Isyah Salimah, A. '. (2021). Upaya Peningkatan Nilai Ekonomis Produk UMKM melalui Sosialisasi Diversifikasi Produk. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 5(5), 2273–2282. <https://doi.org/10.31764/JMM.V5I5.5253>
- Nuryana, R. S., Jatnika, D. C., & Firsanty, F. P. (2025). Efektivitas Sosialisasi Sebagai Pendekatan Partisipatif Dalam Program Sosial: Tinjauan Sistematis Literatur. *Share : Social Work Journal*, 15(1), 35–47. <https://doi.org/10.40159/share.v15i1>
- Rahmani, S. A., & Humaedi, S. (2024). Partisipasi Masyarakat dalam Program Pemberdayaan Amanah Fund di Kampung Dadap Desa Jatimulya, Kecamatan Kosambi, Kabupaten Tangerang Selatan, Banten. *Share : Social Work Journal*, 14(2), 116–125. <https://doi.org/10.40159/share.v14i2.56636>

- Sari, N., Syari, R. L., Rio, Humairo, & Pandi, A. (2025). Strategi Pemasaran yang Efektif untuk UMKM di Era Digital. *Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Sosial*, 4(1), 21–29. <https://doi.org/10.58540/JIPSI.V4I1.787>
- Shorihah, D., Sunysca, M., Razzaq, A., & Nugraha, M. Y. (2025). Pengaruh Desain Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Eat Sambel. *ACADEMIA: Jurnal Inovasi Riset Akademik*, 5(1), 22–30. <https://doi.org/10.51878/ACADEMIA.V5I1.4912>
- Susila, I. M. D. P., Laksmi, I. A. A., & Udaksana, M. A. W. (2023). Upaya Peningkatan Kesiapsiagaan Bencana melalui Pelatihan Berbasis Pendekatan Partisipatif Masyarakat di Banjar Krisnantara, Desa Tibubeneng. *Synergy and Society Service*, 3(2), 46–52. <https://doi.org/10.51713/SAVE.V3I2.76>
- Widyaningsih, B., Ashlihah, A., Kusuma, S. A. A., Muna, N. E., & Salsabila, D. N. (2025). Pelatihan Pemanfaatan Eco- Enzyme dalam Pemberdayaan Masyarakat | Jumat Pertanian: Jurnal Pengabdian Masyarakat. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 30–34. <https://doi.org/https://doi.org/10.32764/abdimasper.v5i1.4368>
- Wulandari, M., Wahyuni, S., & Zulianto, M. (2021). Strategi Diverifikasi Produk pada UMKM Kerajinan Bambu di Desa Gintangan Kecamatan Blimbingsari Kabupaten Banyuwangi. *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 15(1), 103–109. <https://doi.org/10.19184/JPE.V15I1.19704>