

Strategi Pemasaran Sosial dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat pada Bank Sampah Barokah Bersama Kelurahan Mayang Mangurai Kecamatan Alam Barajo

Nurhasanah Nurhasanah¹, Musnaini Musnaini², Husni Hasbullah³, Sigit Indrawijaya⁴

^{1,2,3,4}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jambi

Korespondensi penulis: n.hasanah1@icloud.com¹

Abstract. *This research aims to find out how social marketing of waste banks increases people's income in the Mayang sub-district, Alam Barajo sub-district. The research method used is a descriptive qualitative approach by collecting data through observation, interviews, observations and documentation. The data sources were obtained through primary and secondary data. This research was conducted to see how social marketing was implemented by the Barokah Bersama waste bank in the Mayang Manguari sub-district, Alam Barajo sub-district and whether there was an increase in income in the implementation of social marketing by the Barokah Bersama waste bank in the Mayang Mangurai sub-district, Alam Barajo sub-district.*

Keywords: *Strategy, Social Marketing, Income, waste bank, Reduce, Reuse, Recycle*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Pemasaran Sosial bank sampah dalam meningkatkan pendapatan masyarakat di kelurahan mayang mengurai kecamatan Alam Barajo. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan mengumpulkan data melalui observasi, wawancara, pengamatan dan dokumentasi. Adapun sumber data diperoleh melalui data primer dan sekunder. Penelitian ini dilakukan untuk melihat bagaimana pemasaran sosial yang diterapkan oleh bank sampah barokah Bersama di kelurahan mayang mangurai kecamatan alam barajo dan apakah ada peningkatan pendapatan dalam penerapan pemasaran sosial oleh bank sampah barokah Bersama di kelurahan mayang mangurai kecamatan alam barajo.

Kata Kunci: Strategi, Pemasaran Sosial, Pendapatan, Bank Sampah, Mengurangi, Penggunaan Kembali, Mendaur Ulang

PENDAHULUAN

Sampah menjadi salah satu isu yang sangat penting. Ini disebabkan oleh kenyataan bahwa sampah adalah bagian integral dari kehidupan manusia yang dihasilkan secara konstan setiap harinya. Sampah adalah hasil dari berbagai aktivitas manusia, yang mengakibatkan peningkatan jumlah sampah. Limbah-limbah rumah tangga, seperti sisa makanan dan berbagai jenis bahan anorganik seperti plastik, kaleng, dan kertas, turut mencemari lingkungan. Kenaikan volume sampah sejalan dengan peningkatan konsumsi manusia (Taufik, 2021).

Peningkatan timbunan sampah sejalan dengan pertumbuhan populasi manusia. Timbunan sampah yang terus bertambah akan mengganggu aktivitas manusia, menyebabkan penurunan kualitas hidup, karena permasalahan timbunan sampah.

Penumpukan sampah yang semakin besar pastinya akan menimbulkan berbagai masalah, seperti banjir, pencemaran lingkungan, penumpukan sampah, penyebaran penyakit, dan lain sebagainya. Oleh karena itu, diperlukan pengelolaan sampah agar dapat diubah menjadi barang yang bermanfaat. Kegiatan ini merupakan salah satu cara untuk mengedukasi

masyarakat tentang pentingnya memilah sampah dan meningkatkan kesadaran agar dapat mengelola sampah dengan lebih bijak lagi (Habibi, 2020)

Undang-Undang Nomor 18 tahun 2008 tentang Pengelolaan Sampah mendefinisikan sampah sebagai hasil kegiatan manusia atau proses alam yang berupa materi padat atau setengah padat, baik organik maupun anorganik (Kusuma et al., 2023).

Pemasaran Sosial Menurut Kotler dan Robert (2008), pemasaran sosial adalah strategi untuk mengubah kebiasaan. Pemasaran sosial mengkombinasikan elemen terbaik dari pendekatan tradisional kedalam perubahan sosial dalam sebuah perencanaan dana pola pikir serta menggunakan kemampuan komunikasi teknologi dan skill pemasaran.

Pendapatan Menurut Scohib (2018 dalam Barokah & Yasin, 2023), pendapatan merupakan aliran masuk aktiva yang timbul dari penyerahan barang/jasa yang dilakukan oleh suatu unit usaha selama priode tertentu. Bagi perusahaan, pendapatan yang diperoleh atas operasi pokok akan menambah nilai asset perusahaan yang pada dasarnya juga akan menambah modal perusahaan.

Kehadiran bank sampah di Jambi telah menjadi peran penting dalam meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya pengelolaan sampah secara efektif. Banyak masyarakat yang menjadi pemulung atau pengepul sampah karena menyadari bahwa sampah tersebut memiliki nilai ekonomi yang dapat dimanfaatkan (Rozak, 2014).

Dengan adanya bank sampah, masyarakat diberi insentif dan dorongan lebih untuk terlibat dalam pengelolaan sampah dengan cara yang lebih terstruktur dan berkelanjutan. Bank sampah memungkinkan masyarakat untuk menukar sampah yang mereka kumpulkan dengan imbalan yang sesuai, seperti uang atau barang lainnya. Hal ini tidak hanya membantu membersihkan lingkungan dari sampah, juga memberikan manfaat ekonomi langsung bagi masyarakat (Rohmani, 2021)

Karena jumlah sampah yang diperoleh oleh bank sampah tidak selalu tetap dan dapat berfluktuasi dari bulan ke bulan, maka keuntungan yang diperoleh juga akan mengalami fluktuasi. Misalnya, pada bulan-bulan tertentu mungkin ada peningkatan jumlah sampah yang dikumpulkan, yang dapat meningkatkan keuntungan bank sampah. Namun, pada bulan lain mungkin jumlah sampah yang dikumpulkan berkurang, sehingga mengurangi keuntungan mereka.

Seperti yang telah diuraikan diatas terlihat jelas bahwa penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengangkat judul penelitian sebagai berikut: "Strategi Pemasaran Sosial Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Pada Bank Sampah Barokah Bersama Kelurahan Mayang Mangurai Kecamatan Alam Barajo"

TINJAUAN PUSTAKA

Pemasaran Sosial

Pengertian pemasaran seperti diungkap oleh Kotler (dalam Anam, 2020) pemasaran merupakan proses sosial dan manajerial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan hal-hal yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

Menurut Kotler (2008), pemasaran sosial adalah serangkaian kegiatan yang bertujuan menghasilkan transaksi jual-beli produk sosial yang tidak mengarah pada keuntungan finansial, melainkan bertujuan mengubah sikap dan perilaku.

Pengertian Strategi

Menurut Kotler (dalam Aminah, 2020) strategi adalah suatu rencana permainan untuk mencapai sasaran yang diinginkan dari suatu unit bisnis.

Strategi adalah suatu kesatuan rencana yang menyeluruh, *komprehensif*, dan terpadu yang diarahkan untuk mencapai tujuan perusahaan. Strategi merupakan suatu cara untuk memenangkan persaingan, meskipun syarat strategi tersebut tidak menghalalkan segala cara, tidak melakukan cara-cara batil, tidak melakukan kebohongan atau penipuan, dan tidak menzalimi pihak lain. Strategi harus terbebas dari tipu daya (Maulana, 2020).

Proses Perencanaan Strategi Pemasaran

Analisis SWOT bisa dikatakan sebagai alat yang dapat membantu perusahaan dalam menilai lingkungan eksternal perusahaan termasuk kekuatan dan kelemahannya serta lingkungan eksternal yaitu peluang dan ancaman bagi perusahaan. Analisis SWOT merupakan salah satu cara yang umum digunakan untuk merencanakan strategi pemasaran sosial dalam menjalankan fungsi pemasaran (Rahma, 2002).

Pendapatan

Menurut Harnanto (2019 dalam Petrus Gauk dkk, 2020) menuliskan bahwa pendapatan adalah “kenaikan atau bertambahnya aset dan penurunan atau berkurangnya liabilitas perusahaan yang merupakan akibat dari aktivitas operasi atau pengadaan barang dan jasa kepada masyarakat atau konsumen pada khususnya.

METODE PENELITIAN

Jenis Dan Sumber Data

Penelitian ini bersifat kualitatif dengan metode *indepth interview* (wawancara mendalam). Wawancara mendalam secara umum merupakan proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara bertatap muka antar pewawancara dengan yang di

wawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman wawancara, pewawancara dengan informan yang terlibat dalam kehidupan social. Esterberg dalam sugiyono (2012) menjelaskan tujuan dari *indepth interview* adalah untuk menemukan masalah secara lebih terbuka.

Pimer

Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari hasil wawancara dengan karyawan Bank Sampah Barokah Bersama dan data yang di berikan langsung oleh pendiri Bank Sampah Barokah Bersama.

Skunder

Data skunder adalah jenis data yang dikumpulkan melalui sumber primer oleh penelitian sebelumnya, ada beberapa sumber yang dapat diperoleh seperti Buku, Jurnal, Website.

Teknik Pengumpulan Data

Observasi

Observasi merupakan salah satu metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dan informasi secara langsung dari objek penelitian, dalam penelitian ini peneliti menggunakan Observasi Partisipan. Observasi Partisipan, yaitu suatu proses pengamatan bagian dalam dilakukan oleh absver dengan ikut mengambil bagian dalam kehidupan orang-orang yang akan diobservasi.

Wawancara

Wawancara digunakan sebagai Teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan suatu permasalahan yang diteliti. wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu (Sugiyono, 2020 (dalam Richard oliver., 2021). Dalam penelitian ini berfungsi untuk menjawab pertanyaan penelitian yang bertema "Pemasaran Sosial Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Studi pada Bank Sampah Barokah Bersama di Kelurahan Mayang Mangurai Kecamatan Alam Barajo".

Dokumentasi

Metode dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variable yang berupa catatan, transaksi, buku, surat kabar, majalah, notulen dan lain sebagainya. Dengan metode dokumentasi yang diamati bukan benda hidup tetapi benda mati. Dokumen yang berbentuk gambar misalnya foto, sketsa, dan lainnya.

Populasi dan Sampel

Populasi

Menurut Sugiyono (2018:130 dalam Lukmanul Hakim, 2020), populasi adalah sekelompok individu atau benda yang berada dalam suatu wilayah generalisasi, memiliki karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, dan kemudian diambil kesimpulannya. Dalam konteks ini, populasi tidak hanya terbatas pada orang, tetapi juga mencakup benda-benda alam dan objek lainnya. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah Nasabah bank sampah Barokah Bersama.

Sampel

Menurut Sugiyono (2018:131 dalam Lukmanul Hakim, 2020) sampel merupakan sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dengan kata lain, sampel adalah subset atau bagian kecil dari populasi yang dipilih untuk diobservasi atau diteliti dalam suatu penelitian.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis SWOT adalah alat yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang secara sistematis membentuk dasar untuk merumuskan strategi perusahaan. Pendekatan analisis ini mengacu pada kekuatan (strengths), peluang (opportunities), kelemahan (weaknesses), dan ancaman (threats). Secara sederhana, analisis SWOT dilakukan dengan menganalisis dan memilah-milah faktor-faktor yang memengaruhi keempat aspek tersebut.

Matrik IFES dan EFAS

Penentuan nilai faktor dalam pembuatan matriks SWOT terdiri dari, Internal Startegy Factor Analysis Sumary (IFAS) dan Ekternal Startegy Factor Analysis Sumary (EFAS). adapun dibawah ini matriks IFES DAN EFAS antara lain:

Matrik Eksternal Strategi Factor Analysis Sumary (IFES)

Ahmad (2020) menegaskan bahwa untuk mengetahui dengan pasti posisi perusahaan, langkah awalnya adalah melakukan perhitungan bobot (a) dan penilaian (b) poin faktor, serta total perkalian bobot dan penilaian ($c = axb$) pada setiap faktor S-W. Penilaian diberikan dengan memberikan rating 3 (kuat) atau 4 (sangat kuat) untuk kekuatan dan peluang, sementara untuk kelemahan dan ancaman diberikan rating 1 (sangat lemah) atau 2 (lemah). Setiap faktor diberi bobot yang berkisar antara 0,00 (tidak penting) hingga 1,0 (sangat penting), dengan total bobot keseluruhan harus sama dengan 1,0.

Tabel 1. Matrik Faktor Strategi Internal

Faktor Strategi Internal		Bobot (a)	Rating (b)	Skor axb
Strength	1. Mengutamakan kualitas pelayanan demi mencapai loyalitas Nasabah	0.22	4.00	0.89
	2. Tersedianya alat pengangkut sampah	0.19	3.00	0.56
	3. Kekompakan dan semangat antar pengurus	0.22	4.00	0.89
	4. Ikut serta dalam kegiatan sosial yang tinggi dan partisipasi aktif dari masyarakat	0.22	4.00	0.89
Weakness	1. Kurangnya promosi di media sosial	0.07	3.00	0.22
	2. Kurangnya dukungan dari pihak pemerintah	0.07	4.00	0.30
Total		1.00		3.74

Sumber: Data Diolah (2024)

Dari total 3,74 tersebut maka dapat disimpulkan bahwa Bank Sampah Barokah Bersama saat ini berada pada posisi kuat karena kondisi internal perusahaan berada di atas rata-rata. Hasil di atas menunjukkan bahwa faktor internal Bank Sampah Barokah Bersama relatif kuat dalam memanfaatkan berbagai macam kekuatan yang dimiliki. Faktor-faktor kekuatan yang dominan bagi perusahaan masing-masing memiliki nilai skor sebesar 0,89.

Matrik Eksternal Strategi Faktor Analysis Summary (EFES)

Sama seperti matriks IFES untuk mengetahui secara pasti posisi perusahaan maka pertama kali harus melakukan perhitungan bobot (a) dan rating (b) poin faktor serta jumlah total perkalian bobot dan rating ($c = axb$) pada setiap faktor O-T. Cara pemberian nilai yaitu pemberian rating untuk kekuatan dan peluang mendapatkan peringkat 3 (kuat) atau 4 (sangat kuat). Sedangkan untuk kelemahan dan ancaman mendapatkan peringkat 1 (Sangat lemah) atau 2 (lemah). Berilah setiap faktor tersebut bobot yang berkisaran dari 0,00 (tidak penting) sampai 1,0 (semua penting). Jumlah seluruh bobot harus sama dengan 1,0 (Ahmad, 2020). Sehingga antara lain sebagai berikut:

Faktor Strategi Internal		Bobot (a)	Rating (b)	Skor axb
Opportunities	1. Membuka lapangan pekerjaan	0.24	4.00	0.96
	2. Meningkatkan pendapatan	0.24	4.00	0.96
	3. Lingkungan yang bersih dan sehat	0.20	3.00	0.60
Threats	1. Adanya pemulung/pengepul yang menjadi pesaing	0.16	3.00	0.48
	2. Kurangnya minat masyarakat untuk menjadi Nasabah bank sampah	0.16	4.00	0.64
Total		1.00		3.64

Sumber: Data Diolah (2024)

Dari total skor 3,64 tersebut maka, dapat disimpulkan bahwa Bank Sampah Barokah Bersama saat ini sudah mampu mengelolah peluang dengan baik. Meskipun begitu, Bank Sampah Barokah Bersama masih harus mengantisipasi berbagai macam ancaman dari lingkungan luar perusahaan. Berdasarkan nilai skor diatas sebesar 0,96 maka, peluang utama yang bisa digunakan Bank Sampah Barokah Bersama yaitu meningkatkan pendapatan masyarakat dan membuka lapangan pekerjaan.

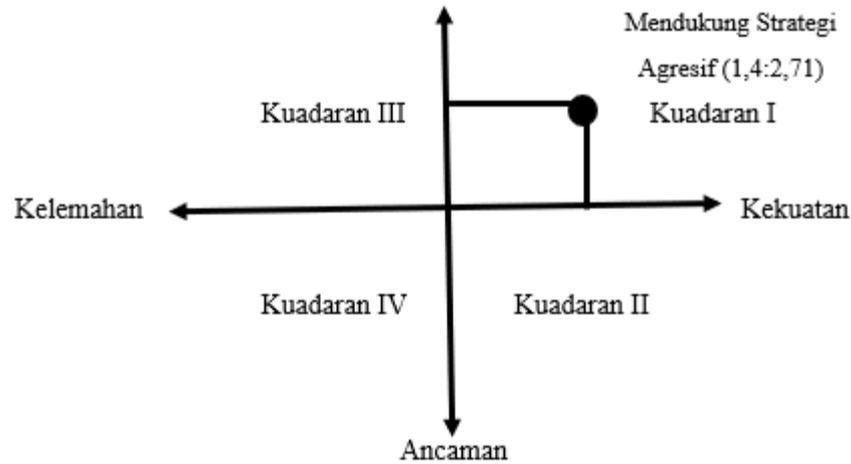
Selanjutnya, berdasarkan analisis Matriks IFAS dan EFAS, sumbu (X,Y) akan ditentukan. Untuk menentukan sumbu (X,Y), pertama-tama, hitung nilai Y dengan mengurangi total faktor kekuatan (S) dari total faktor kelemahan (W). Kemudian, hitung nilai X dengan mengurangi total faktor peluang (O) dari total faktor ancaman (T) (Ahmad, 2020).

Nilai total dari factor internal pada Bank Sampah Barokah Bersama sebesar 3,74 sedangkan untuk nilai total eksternal pada Bank Sampah Barokah Bersama sebesar 3,64. Setelah dilakukan perhitungan maka diketahui hasil dari faktor internal dan faktor eksternal.

Tahap menentukan titik koordinat untuk mengetahui posisi strategi pengembangan Bank sampah barokah Bersama dilihat dari hasil faktor internal dan faktor eksternal.

- Sumbu horizontal (X) sebagai faktor (internal kekuatan dan kelemahan) didapatkan hasil koordinat $X = 3,23 - 0,52 = 2,71$
- Sumbu vertikal (Y) sebagai faktor (internal peluang Dan ancaman) didapatkan hasil koordinat $Y = 2,52 - 1,12 = 1,4$

Hasil perhitungan koordinat diagram SWOT menunjukkan nilai positif pada kedua sumbu, dengan sumbu X bernilai 1,4 dan sumbu Y bernilai 2,71. Kedua nilai yang positif ini menandakan bahwa posisi perusahaan PT Al-Mucthar berada di Kuadran I. Diagram SWOT untuk PT Al-Mucthar dapat dilihat.



Sumber : Data diolah, 2024

Gambar 2. Kuadran SWOT

Berdasarkan hasil analisis diagram SWOT, diperoleh sumbu X dan Y. Garis lurus pada diagram tersebut menunjukkan titik koordinat di Kuadran I. Kuadran I. adalah situasi yang menguntungkan.

Analisis Bisnis Model Canvas (BMC)



PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil perhitungan IFAS, diperoleh kondisi internal Bank Sampah Barokah Bersama. Kondisi internal menunjukkan skor faktor kekuatan sebesar 3,23 dan faktor kelemahan sebesar 0,52, dengan total skor IFAS sebesar 3,74. Ini mengindikasikan bahwa kekuatan lebih dominan dibandingkan dengan kelemahan. Pada hasil perhitungan EFAS, Bank Sampah mendapatkan skor untuk faktor peluang sebesar 2,52 dan faktor ancaman sebesar 1,12, dengan total skor EFAS sebesar 3,64. Hal ini menunjukkan bahwa peluang yang dimiliki Bank Sampah Barokah Bersama lebih besar dibandingkan ancaman. Dengan demikian, Bank Sampah Barokah Bersama berada dalam posisi yang sangat menguntungkan karena memiliki kekuatan dan peluang yang dapat dimanfaatkan secara optimal. Perusahaan perlu mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif. Oleh karena itu, strategi yang tepat adalah strategi S-O, yaitu menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang yang ada. Bank Sampah Barokah Bersama harus mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif.

Saran

a. Saran Akademis

1. Pengembangan konsep strategi pemasaran sosial
2. Model EFAS dan BMC dalam usaha pengolahan sampah dengan strategi pemasaran sosial
3. Peneliti yang akan datang menyusun faktor eksternal dan internal menggunakan pendekatan kuantitatif dan Melihat kontribusi setiap variabel dengan pengembangan pemasaran industri pengolahan sampah.

b. Saran Praktis

1. Pengembangan pemasaran industri pengolahan sampah dengan aspek internal dan eksternal
2. Bekerja sama dengan pemerintah daerah untuk membangun pengolahan sampah di Jambi

DAFTAR PUSTAKA

- Barokah, F., & Yasin, M. (2023). Analisis disparitas pendapatan pengusaha sapi perah yang berada di Desa Pacet Kecamatan Pacet Kabupaten Mojokerto kontribusi Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1984 Tentang Perindustrian industri merupakan peternak di Indonesia. 2(3), 1–7.
- Habibi, M. (2020). Analisis peranan bank sampah dalam meningkatkan pendapatan pengrajin barang bekas daur ulang di Kelurahan Rejosari Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru. In *Global Health* (Vol. 167, Issue 1). Retrieved from <https://www.e-ir.info/2018/01/14/securitisation-theory-an-introduction/>
- Hakim, T. A. (2022). Evaluasi pengelolaan sampah di Kota Jambi tahun 2022. *Jurnal Arsitektur Dan Lingkungan Bina*, 1–4.
- Jalalipour, H., Haghghi, A. B., Ferronato, N., Bottausci, S., Bonoli, A., & Nelles, M. (2024). Social, economic and environmental benefits of organic waste home composting in Iran. <https://doi.org/10.1177/0734242X241227377>
- Kurniawan, R., Yusnaini, Nurhasan, & Gafur, A. (2017). Strategi pemasaran sosial bank sampah prabumulih dalam mengkampanyekan gerakan menabung sampah. *Socio Humaniora*, 1–18.
- Kusuma, S. P., Studi, P., Bisnis, M., Ekonomi, F., Bisnis, D. A. N., Islam, U., Raden, N., & Said, M. A. S. (2023). Pengaruh strategi pemasaran sosial terhadap keputusan investasi sampah dengan pemahaman lingkungan dan persepsi sebagai variabel mediasi.
- Lukmanul Hakim, I. (2020). Implementasi pendidikan jasmani dalam pembelajaran daring di Sekolah Menengah Atas Negeri 16 Bandung. *Repository UPI*, Ivan Lukmanul Hakim, 3, 35–45. Retrieved from http://repository.upi.edu/58184/6/S_JKR_1505964_Chapter3.pdf
- Octavia, D. H. A., Zulfanetty, D. H., & Erida, D. (2017). Pemasaran strategik berorientasi pasar (strategi meningkatkan bisnis UMKM). In *Repository.Unja.Ac.Id*. Retrieved from https://repository.unja.ac.id/3962/1/buku_cetak_ade_octavia.pdf
- Petrus Gauk, et al. (2020). Analisis pengakuan pendapatan dan beban kontrak pada PT. Putra Utama Global di Makassar. *Accounting Journal STIE YPUP Makassar*, 30–38.
- Richard Oliver (dalam Zeithml., et al., 2018). (2021). Penelitian deskriptif kualitatif. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2013–2015.
- Rohmani, N. (2021). Peranan bank sampah dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat pada Bank Sampah NTB Mandiri (Lingkungan Banjar Kelurahan Banjar Kec. Ampenan Kota Mataram) [Thesis, Universitas Negeri Mataram]. Retrieved from <http://etheses.uinmataram.ac.id/id/eprint/2961>
- Rozak, A. (2014). Peran Bank Sampah Warga Peduli Lingkungan (WPL) dalam pemberdayaan perekonomian nasabah [Thesis, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta]. Retrieved from <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/27915>
- Sajidi, F. (2022). Pemberdayaan masyarakat melalui bank sampah dalam meningkatkan

kesejahteraan (Studi kasus Bank Sampah Srayan Makarya Kel. Bobosan, Kec. Purwokerto Utara, Kab. Banyumas) [Thesis, Universitas Islam Negeri Prof. H.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto].

Taufik, A. (2021). Pengelolaan bank sampah terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat di Kelurahan Barrang Lompo Kecamatan Kepulauan Sangkarrang [Thesis, Universitas Muhammadiyah Makassar].

Yandra, F. P. (2019). Pengelolaan Bank Sampah Kota Hijau Daksa dalam meningkatkan pendapatan warga Perumahan Palm Hill RT 05 Kota Hijau Kelurahan Sepinggan Balikpapan Selatan. *E-Journal Sosiatri - Sosiologi*, 7(2), 14–26.