

## **Pelatihan *Digital Marketing* Dalam Upaya Pengembangan Pemasaran Produk Bank Sampah IPPEC Kabupaten Sukabumi**

**Lis Saumi Ramdhani<sup>1\*</sup>, Andi Riyanto<sup>2</sup>, Yusti Farlina<sup>3</sup>, Hani Noviani<sup>4</sup>, Muhamad Zenal Muttaqin<sup>5</sup>**

<sup>1,2,3,4,5</sup>Program Studi Sistem Informasi Akuntansi Kampus Kota Sukabumi, Universitas Bina Sarana Informatika  
Jl. Cemerlang No. 8 Sukakarya Warudoyong Sukabumi, Indonesia

email korespondensi: lis.lud@bsi.ac.id

Submit: 02-07-2024 | Revisi: 29-07-2024 | Terima: 05-08-2024 | Terbit Online: 30-08-2024

### **Abstrak**

Pengelolaan sampah merupakan tantangan global yang memerlukan solusi inovatif. Di Indonesia, bank sampah telah menjadi salah satu alternatif yang efektif untuk mengurangi timbunan sampah dan memberikan manfaat bagi lingkungan dan masyarakat. Namun, Bank Sampah Ikatan Pemuda Pemudi Creative (IPPEC) Kabupaten Sukabumi masih menghadapi masalah dalam pemasaran produk mereka, seperti sofa *ecobrick*, *maggot*, dan sekam bakar, yang belum dipasarkan secara optimal. Pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan pemasaran produk Bank Sampah IPPEC melalui pelatihan *digital marketing*. Metode yang digunakan adalah deskriptif analisis dengan pendekatan kualitatif dengan menggunakan media *WhatsApp*. Pelatihan ini melibatkan beberapa tahapan, yaitu analisis kebutuhan, penyusunan rencana, pemilihan peserta, pelaksanaan pelatihan, monitoring dan evaluasi. Hasil pelatihan menunjukkan peningkatan pemahaman strategi *digital marketing* dari peserta dalam upaya pengembangan pemasaran produk bank sampah dengan nilai total rata-rata yang diperoleh yaitu sebesar 58,67%. *Feedback* yang dapat diberikan berdasarkan hasil evaluasi dari pengabdian ini adalah sebaiknya pelatihan dapat dilaksanakan secara berkelanjutan dan memperluas cakupan pelatihan ke bank sampah lainnya di Kabupaten Sukabumi. Dengan demikian, diharapkan bank sampah dapat berkontribusi lebih besar dalam pengelolaan sampah dan peningkatan nilai ekonomi bagi masyarakat.

Kata Kunci : *Digital Marketing*, Bank Sampah, Pemasaran Produk

### **Abstract**

*Waste management is a global challenge that requires innovative solutions. In Indonesia, waste banks have become one of the effective alternatives to reduce waste generation and provide benefits to the environment and society. However, the Waste Bank of Ikatan Pemuda Pemudi Creative (IPPEC) of Sukabumi District still faces problems in marketing their products, such as ecobrick sofa, maggot, and roasted husk, which have not been marketed optimally. This service aims to improve the marketing of IPPEC Waste Bank products through digital marketing training. The method used is descriptive analysis with a qualitative approach using WhatsApp media. This training involves several stages, namely needs analysis, plan development, participant selection, training implementation, monitoring and evaluation. The results of the training showed an increased understanding of digital marketing strategies from participants in an effort to develop marketing of waste bank products with a total average value obtained of 58.67%. Feedback that can be given based on the evaluation results of this service is that the training should be carried out in a sustainable manner and expand the scope of training to other waste banks in Sukabumi Regency. Thus, it is hoped that waste banks can contribute more to waste management and increase economic value for the community.*

Keywords : *Digital Marketing, Waste Bank, Product Marketing*

### **1. Pendahuluan**

Pengelolaan sampah merupakan tantangan global yang memerlukan solusi inovatif. Di Indonesia, bank sampah telah menjadi salah satu alternatif yang efektif untuk mengurangi timbunan sampah dan memberikan manfaat bagi lingkungan dan masyarakat. Sampah hingga saat ini pula masih menjadi isu yang sangat sentral bagi Indonesia. Hal ini disebabkan oleh penanganan sampah tidak secepat yang diharapkan. Ini terlihat dari jumlah sampah di Jawa Barat yang mencapai 35.000-ton setiap hari dengan perbandingan 60% sampah organik dan 40% sampah non-organik. Dari total tersebut, sekitar 40% sampah berhasil dikelola, sementara 60% sisanya belum terkelola dengan baik. Jika dihitung berdasarkan jumlah penduduk Jawa Barat, maka setiap orang menghasilkan sekitar 0,7 kg sampah setiap harinya ([citarumharum.jabarprov.go.id](http://citarumharum.jabarprov.go.id), 2023). Sementara itu sebanyak 250 ton



sampah diangkut setiap hari dari tempat pembuangan sampah sementara (TPSS) yang tersebar di setiap wilayah di Kabupaten Sukabumi (Salam, 2022). Berdasarkan data dari Bidang Pengangkutan Persampahan Dinas Lingkungan Hidup (DLH) Kabupaten Sukabumi, setiap tahun volume sampah yang masuk ke Tempat Pembuangan Akhir (TPA) Cimenteng semakin meningkat (jurnalsukabumi.com, 2023), sehingga target DLH untuk tahun 2025 sampah berkurang sebesar 30% (Iman & Aminah, 2019). Hal ini tentu saja menjadi perhatian utama Pemerintah Kabupaten Sukabumi untuk mengatasi permasalahan sampah, upaya-upaya telah dilakukan untuk mengatasi sampah tersebut, salah satunya yaitu dengan menggencarkan program bank sampah di berbagai wilayah Kabupaten Sukabumi agar sampah yang dihasilkan dapat dikelola dengan baik dan dapat menjadi bahan baku yang bernilai ekonomi (dinkes.jogjapro.go.id, 2019; Zairinayati et al., 2020). Peran bank sampah sangat diperlukan untuk mengelola sampah, supaya dapat mengurangi volume sampah. Terlepas dari itu, peran masyarakat sangat penting dalam pengelolaan sampah. Upaya untuk memberdayakan masyarakat dan memperkuat keberadaannya secara keseluruhan adalah dengan mempertimbangkan kegiatan-kegiatan yang seharusnya berada di tangan masyarakat itu sendiri dan dilakukan oleh masyarakat, yang selanjutnya akan memberikan manfaat bagi masyarakat (Putra & Ismaniar, 2020; Maziyyah, 2022; Hidayati, 2023).

Bank sampah adalah lembaga yang mengelola limbah dengan sistem mirip perbankan (Andayani et al., 2023; Herwati et al., 2023; Firmansyah & Alkahfi, 2023). Didirikan pertama kali di Yogyakarta pada tahun 2008 (Shahreza, 2018; Imana, 2018), bank sampah memungkinkan warga untuk menabung sampah sebagai bentuk investasi lingkungan (Rahmadani & Rahmawati, 2021; Sasoko, 2022). Nasabah bank sampah memilah sampah organik dan non-organik, yang kemudian dijual atau dikreasikan menjadi produk bernilai ekonomi (Wijayanti & Suryani, 2015; Prastyo, 2017; Sari & Efendi, 2023; Trihudyatmanto et al., 2023). Dengan sistem ini, bank sampah menciptakan ekonomi sirkular yang mengurangi timbunan sampah dan memberikan manfaat bagi masyarakat (Arwini, 2022; Fitriani et al., 2023).

Bank Sampah IPPEC (Ikatan Pemuda Pemudi Creative) merupakan salah satu bank sampah yang berada di Kabupaten Sukabumi. Bank sampah ini berdiri pada tahun 2018 dan disahkan oleh Pemerintah Desa Bojongsawah pada tanggal 20 Desember 2019 dengan nomor:188.04/16/PEMDES. Seperti yang terlihat dalam gambar 1, sekretariat Bank Sampah IPPEC beralamat di Kp. Ciseupan RW 11 Desa Bojongsawah Kecamatan Kebonpedes Kabupaten Sukabumi. Saat ini Bank Sampah IPPEC baru mengelola satu RW saja dengan jumlah penduduk 310 jiwa dari 7525 jiwa warga Desa Bojongsawah. Jumlah pengelola saat ini 12 orang dan dikelola oleh para pemuda setempat yang peduli terhadap lingkungannya.



Gambar 1. Proses observasi pada Bank Sampah IPPEC

Bank Sampah IPPEC mengelola per hari rata-rata 75 kg sampah organik dan 55 kg anorganik. Sampah yang dikelola dijadikan sebuah produk yang memiliki nilai ekonomis, yaitu sofa ecobrik, *maggot* dan sekam bakar yang terlihat dalam Gambar 2.



Gambar 2. Hasil produksi Bank Sampah IPPEC

Pada masa awal berdirinya, Bank Sampah IPPEC fokus pada produksi sofa *ecobrick*, namun seiring berjalannya waktu dan adanya keuntungan dari hasil penjualan sofa *ecobrick* yang kemudian dijadikan sebagai modal awal untuk pengembangan produksi, maka pada tahun 2019 dikembangkan ke pengelolaan budidaya maggot, dan tahun 2021 mengembangkan ke pengelolaan sekam bakar.

Meski sampai saat ini produk yang dihasilkan oleh Bank Sampah IPPEC masih terdapat pesanan, namun dari sisi pemasaran, Bank Sampah IPPEC masih belum optimal karena pada proses pemasaran masih mengandalkan dari mulut ke mulut, sehingga pada proses pemesanan dan penjualannya masih sangat lambat. Dalam era digital yang terus berkembang, pemasaran produk dan layanan menjadi semakin kompleks. Bank Sampah IPPEC sebagai entitas yang berfokus pada pengelolaan sampah dan daur ulang perlu memahami pentingnya memanfaatkan teknologi digital untuk mengoptimalkan pemasaran produknya. Situasi saat ini menunjukkan beberapa tantangan, salah satunya adalah bank sampah harus bersaing dengan produk-produk konvensional yang lebih dikenal oleh masyarakat, dalam konteks ini, pelatihan pemasaran digital menjadi solusi yang relevan.

Maksud dan tujuan dari pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini adalah agar Bank Sampah IPPEC Kabupaten Sukabumi mampu memanfaatkan media sosial dan menerapkan strategi pemasaran digital untuk memperluas jangkauan pemasaran berbagai produk yang dihasilkan dan meningkatkan sosial ekonomi masyarakat sekitar.

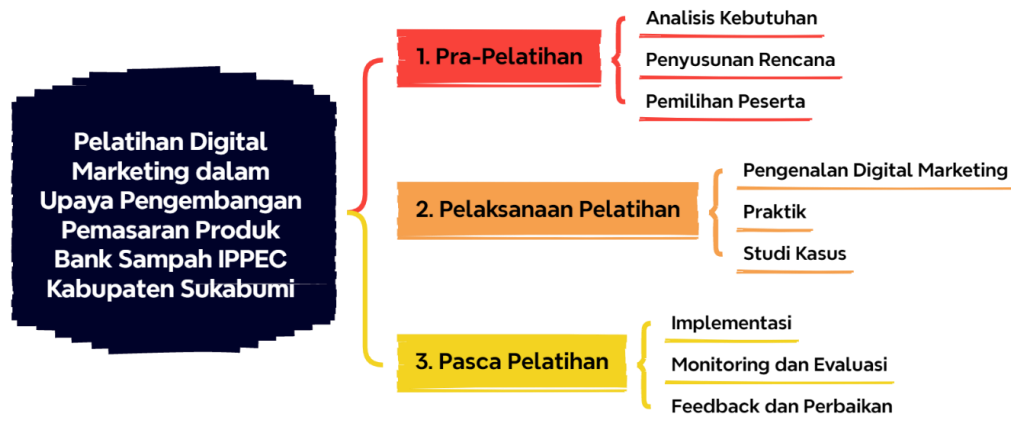
## 2. Metode

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif analisis, yaitu mengamati dan mempelajari proses pemasaran dan penjualan produk Bank Sampah IPPEC. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan pada tanggal 26 Mei 2024, bertempat di sekretariat Bank Sampah IPPEC yang beralamat di Kp. Ciseupan RW 11 Desa Bojongsawah Kecamatan Kebonpedes Kabupaten Sukabumi. Jumlah peserta yang mengikuti pelatihan ini sebanyak 15 orang yang merupakan hasil seleksi berdasarkan kriteria tertentu, seperti: memiliki usaha tetap, keaktifan dalam mengikuti kegiatan Bank Sampah IPPEC, memiliki perangkat seluler dan akun media sosial. Alat bantu yang digunakan berupa aplikasi *WhatsApp*, *in focus*, alat tulis dan media kertas serta perangkat seluler yang dimiliki oleh masing-masing peserta. Sedangkan teknis analisis yang digunakan adalah dengan cara kualitatif artinya informasi yang diperoleh selanjutnya disusun dan dipilah-pilah menurut jenis informasi yang sesuai dengan tema pengabdian masyarakat ini dan digambarkan dalam tahapan seperti pada gambar 3.

Dari gambar 3, berikut adalah langkah-langkah yang dapat diambil dalam pelatihan *digital marketing* untuk pemasaran produk bank sampah:

1. Tahap Pra-Pelatihan
  - a. Analisis kebutuhan, yaitu dengan mengidentifikasi kebutuhan dan tujuan pelatihan serta sasaran capaian melalui pelatihan digital marketing ini.
  - b. Penyusunan rencana, yaitu dengan membuat perencanaan pelatihan yang mencakup materi, metode, dan jadwal.
  - c. Pemilihan peserta, dengan menentukan peserta pelatihan yang relevan dengan pemasaran produk bank sampah, diharapkan tujuan pelatihan dapat tercapai.
2. Tahap Pelaksanaan Pelatihan
  - a. Pengenalan *digital marketing*, dengan memberikan pemahaman tentang konsep *digital marketing*,

- termasuk media sosial, *Search Engine Optimization* (SEO), dan iklan *online*.
- b. Praktik, yaitu dengan melatih peserta dalam penggunaan alat *digital marketing* dalam hal ini menggunakan media *WhatsApp*, seperti pembuatan konten, manajemen media sosial, dan analisis data.
- c. Studi kasus yang merupakan metode atau strategi analisis untuk mengungkap kasus tertentu, yaitu dengan mendiskusikan contoh penggunaan *digital marketing* dalam industri bank sampah dengan tujuan agar peserta dapat memahami lebih dalam tentang strategi *digital marketing*.



Gambar 3. Tahapan Pelaksanaan Pelatihan

- 3. Tahap Pasca Pelatihan
  - a. Implementasi, yaitu dengan membantu peserta menerapkan pengetahuan yang diperoleh dalam pengembangan pemasaran produk bank sampah menggunakan strategi *digital marketing*.
  - b. Monitoring dan Evaluasi, dengan memantau hasil dan efektivitas strategi *digital marketing* yang diterapkan serta meninjau kembali proses pelatihan, dan mengidentifikasi keberhasilan-keberhasilan yang diperoleh selama masa pelatihan.
  - c. *Feedback* dan Perbaikan, dari hasil umpan balik peserta dan tim maka dilakukan perbaikan berdasarkan hasil evaluasi.

**3. Hasil dan Pembahasan**

Pelatihan *digital marketing* ini menggunakan media *Whatsapps*. Langkah pertama yang dilakukan adalah dengan membuat konten terhadap produk yang akan dipasarkan dan disesuaikan dengan target pelanggan, yaitu dengan menggunakan format seperti: artikel, foto, video dan infografis. Hal ini bertujuan untuk membuat konten yang relevan dan menarik sesuai dengan target pelanggan. Selanjutnya membuat grup khusus pelanggan, hal ini untuk memudahkan berinteraksi, memberikan umpan balik dan jika ada, mendapatkan akses eksklusif ke penawaran serta promosi khusus. Fitur status *WhatsApp* cocok untuk membagikan promosi produk atau layanan secara singkat dan menarik. Sedangkan untuk meningkatkan keterlibatan pelanggan, dengan mengadakan kontes atau *giveaway* melalui aplikasi *WhatsApp*. Langkah terakhir yang dilakukan adalah memantau proses pemasaran dan optimalisasi strategi berdasarkan data yang diperoleh, seperti: demografi dan perilaku pelanggan.

Berdasarkan hasil survey awal pra pelatihan yang disebar kepada peserta yang terlihat dalam Tabel 1, diketahui bahwa peserta rata-rata belum memahami tentang penggunaan internet pada media sosial, namun setelah pelatihan, terjadi peningkatan sebesar 60% dari aspek pemahaman peserta terhadap penggunaan internet pada media sosial. Hasil evaluasi juga menunjukkan bahwa terjadi peningkatan sebesar 66,67% menyangkut pemahaman peserta terhadap efisiensi dan efektivitas promosi dengan menggunakan *digital marketing*. Selain itu dari pemahaman peserta terhadap aspek *digital marketing* yang dapat membantu memberikan pelayanan lebih baik terhadap konsumen terjadi peningkatan yang signifikan sebesar 60%.

Tabel 1. Hasil Evaluasi Pelaksanaan Pelatihan

No.	Pertanyaan	Skor Pra-Pelatihan	Skor Pasca Pelatihan	Persentase (%)	Skor % Total Rata-rata N-Gain
1	Apakah Anda memiliki pengetahuan tentang penggunaan internet terutama pada media sosial.	10	13	60	58,67

No.	Pertanyaan	Skor Pra-Pelatihan	Skor Pasca-Pelatihan	Persentase (%)	Skor % Total Rata-rata N-Gain
2	Sejauhmana Anda memahami konsep <i>digital marketing</i> media sosial dapat memberikan informasi dengan jelas.	12	14	66.67	
3	Apakah Anda tahu <i>digital marketing</i> memiliki tampilan yang menarik sehingga mampu meningkatkan penjualan.	9	13	66.67	
4	Sejauhmana Anda memahami bahwa menggunakan <i>digital marketing</i> lebih menghemat biaya dan waktu dalam melakukan promosi.	12	14	66.67	
5	Sejauhmana Anda mengetahui bahwa pemasaran menggunakan <i>digital marketing</i> mudah dipahami.	11	13	50	
6	Sejauhmana Anda mengetahui bahwa <i>digital marketing</i> dapat membantu meningkatkan loyalitas konsumen terhadap usaha yang anda miliki.	13	14	50	
7	Sejauhmana Anda mengetahui bahwa <i>digital marketing</i> dapat membantu untuk memberikan pelayanan yang lebih baik terhadap konsumen.	11	13	50	
8	Apakah Anda mengetahui bahwa <i>digital marketing</i> dapat membantu untuk meningkatkan pertukaran informasi kepada konsumen dengan jelas dan mudah dimengerti.	12	14	66.67	
9	Sejauhmana Anda mengetahui bahwa <i>digital marketing</i> dapat memudahkan konsumen dalam mencari produk yang diinginkan.	11	13	50	
10	Apakah Anda mengetahui bahwa <i>digital marketing</i> dapat membantu memberikan pelayanan yang lebih baik terhadap konsumen.	10	13	60	

Sumber: Hasil olah data primer, 2024.

Menurut tabel 1 total rata-rata yang diperoleh sebesar 58,67%, hal ini menunjukkan bahwa berdasarkan kriteria efektivitas N-Gain dalam tabel 2, secara keseluruhan pelaksanaan pelatihan *digital marketing* dalam pengabdian masyarakat ini cukup efektif meningkatkan pemahaman peserta. Artinya, pelatihan yang dilaksanakan berdampak meningkatkan pemahaman peserta dalam memanfaatkan *digital marketing* dalam pemasaran dengan tujuan untuk meningkatkan hasil penjualan dari produk bank sampah.

Tabel 2. Kriteria Taksiran Efektifitas Pelatihan

Kategori Taksiran Efektivitas N-Gain	
Persentase	Tafsiran
<40	Tidak Efektif
40-55	Kurang Efektif
56-75	Cukup efektif
>76	Efektif

Sumber: (Hake, 1999).



(a)

(b)

(c)

Sumber: dokumentasi Pengabdian Masyarakat di Bank Sampah IPPEC, 2024.

Gambar 4. (a) Pelaksanaan Pelatihan *Digital Marketing* di Sekretariat Bank Sampah IPPEC (b) Peserta menyimak penjelasan narasumber (c) Narasumber menyampaikan materi pelatihan

#### 4. Kesimpulan

Pelatihan *digital marketing* yang dilaksanakan untuk Bank Sampah IPPEC Kabupaten Sukabumi telah terbukti efektif dalam meningkatkan pemahaman peserta terhadap pemasaran *digital*. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta mengenai *digital marketing*, dengan total nilai rata-rata yaitu 58,67%.

Rekomendasi dari pengabdian ini adalah untuk melanjutkan program pelatihan *digital marketing* dengan menggunakan aplikasi lainnya dengan tujuan untuk lebih meningkatkan pemahaman peserta dalam memasarkan produk yang dihasilkan bank sampah melalui media sosial. Disarankan juga untuk menjalin kerjasama dengan platform *e-commerce* guna memperluas jangkauan pemasaran produk bank sampah. Selain itu, pengembangan program mentoring bagi pengelola bank sampah dapat membantu memaksimalkan hasil pelatihan dan mendukung penerapan strategi *digital marketing* secara efektif. Dengan langkah-langkah tersebut, diharapkan bank sampah di Kabupaten Sukabumi dapat berperan lebih besar dalam pengelolaan sampah dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan.

#### Penghargaan

Pengabdian ini didukung oleh dana hibah Direktorat Akademik Pendidikan Tinggi Vokasi. Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Direktorat Akademik Pendidikan Tinggi Vokasi atas dukungan finansial yang telah diberikan. Tanpa bantuan ini, kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang kami laksanakan tidak akan berjalan dengan sukses. Kami juga berterima kasih kepada semua pihak yang telah berpartisipasi dan memberikan dukungan dalam pelaksanaan program ini.

#### Referensi

- Andayani, S., Zahra, F., Musafikah, W., & Qibtiyah, M. (2023). Pengadaan Bank Sampah Sebagai Strategi Pengelolaan Sampah Di Desa Tamansari Kabupaten Probolinggo. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(4), 7265–7271. [www.onlinedoctranslator.com](http://www.onlinedoctranslator.com)
- Arwini, N. P. D. (2022). Sampah Plastik Dan Upaya Pengurangan Timbulan Sampah Plastik. *Jurnal Ilmiah Vastuwidya*, 5(1), 72–82.
- citarumharum.jabarprov.go.id. (2023). *Satu Warga Jabar Produksi 0,7 kg Sampah/Hari, Semua Pihak Diminta Terlibat Selesaikan Masalah Sampah*. Citarumharum.Jabarprov.Go.Id. <https://citarumharum.jabarprov.go.id/satu-warga-jabar-produksi-07-kg-sampah-hari-semua-pihak-diminta-terlibat-selesaikan-masalah-sampah/>
- dinkes.jogjaprov.go.id. (2019). *Dari Sampah Bisa Menjadi Barang Bernilai Ekonomi*. Dinkes.Jogjaprov.Go.Id. <https://dinkes.jogjaprov.go.id/berita/detail/sampah-daur-ulang-ekonomi-dari-sampah-bisa-menjadi-barang-bernilai-ekonomi>
- Firmansyah, D., & Alkahfi, B. D. (2023). Kontribusi Bank Sampah Terhadap Pemberdayaan Masyarakat (Studi

- Kasus Bank Sampah Kota Prabumulih). *Media STIE Prabumulih*, 07(02), 14–31.
- Fitriani, S., Prasetyo, D. H., & Astuti, A. Y. (2023). Kajian Potensi Ekonomi Daur Ulang Limbah Sachet. *Jurnal Teknik Industri: Jurnal Hasil Penelitian Dan Karya Ilmiah Dalam Bidang Teknik Industri*, 9(1), 204–210.
- Hake, R. R. (1999). *Analyzing Change/Gain Score*. Physics Indiana University.
- Herwati, K., Suyahya, I., & Juniawaty, R. (2023). Pelatihan Pengelolaan Bank Sampah pada Kelompok Karang Taruna di Mekarjaya Kota Depok. *PUNDIMAS: Publikasi Kegiatan Abdimas*, 2(2), 80–85.
- Hidayati, N. (2023). *Upaya pemberdayaan masyarakat penenun Sukarara Kecamatan Jonggat Kabupaten Lombok Tengah dalam meningkatkan perekonomian keluarga melalui pengelolaan modal usaha, tenaga kerja, dan promosi*. Universitas Islam Negeri Mataram.
- Iman, R. N., & Aminah, A. N. (2019). *Kurangi Sampah, Sukabumi Gencarkan Bank Sampah*. News.Republika.Co.Id. <https://news.republika.co.id/berita/q2pi0j384/kurangi-sampah-sukabumi-gencarkan-bank-sampah>
- Imana, L. F. (2018). *Implementasi Program 3R (Reduce, Reuse, dan Recycle) Dalam Pemberdayaan Masyarakat Di Bank Sampah Purwokerto*. Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
- journalsukabumi.com. (2023). *DLH Sukabumi: TPA Cimenteng Over Load Buat Skema Baru*. Journalsukabumi.Com. <https://journalsukabumi.com/2023/02/15/dlh-sukabumi-tpa-cimenteng-over-load-buat-skema-baru/>
- Maziyyah, N. (2022). *Pendidikan Berbasis Masyarakat di Panti Asuhan Al-Ikwan Bugel Jepara Pada Masa Pandemic Covid-19 Tahun 2020*. Universitas Darul Ulum Islamic Centre Sudirman Guppi (Undaris).
- Prastyo, D. (2017). Pelaksanaan program bank sampah dalam sistem pengolahan sampah di desa Jogodalu Kecamatan Benjeng Kabupaten Gresik. *Jurnal Penamas Adi Buana*, 1(7), 7–12.
- Putra, W. T., & Ismaniar. (2020). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengelolaan Sampah di Bank Sampah. *Jambura Journal of Community Empowerment*, 1(2), 1–10. <https://doi.org/10.37411/jjce.v1i2.569>
- Rahmadani, H. M. I., & Rahmawati, D. E. (2021). Partisipasi Masyarakat dalam Pengelolaan Sampah di Kabupaten Banyumas Tahun 2019 Berdasarkan Perda Nomor 6 Tahun 2012. *Jurnal Pemerintahan Dan Kebijakan (JPK)*, 2(2), 72–80.
- Salam, H. (2022). *Sehari, DLH Kabupaten Sukabumi Angkut 250 Ton Sampah*. Radarsukabumi.Com. <https://radarsukabumi.com/kabupaten-sukabumi/sehari-dlh-kabupaten-sukabumi-angkut-250-ton-sampah/>
- Sari, B., & Efendi, J. (2023). Mengelola Sampah Non Organik Menjadi Barang Bernilai Ekonomi Di Bank Sampah Sekarwangi LMK Forum RW 08 Kelurahan Pulogebang Kecamatan Cakung Jakarta Timur. *Mengelola Sampah Non Organik Menjadi Barang Bernilai Ekonomi Di Bank Sampah Sekarwangi LMK Forum RW 08 Kelurahan Pulogebang Kecamatan Cakung Jakarta Timur*, 2(3), 1–11.
- Sasoko, D. M. (2022). Bank Sampah, Sebuah Upaya Mengurangi Jumlah Produksi Sampah Rumah Tangga (Studi Kasus Bank Sampah Barokah, RW. 07 Kompleks Perumahan BDN-Rangkaian Jaya Baru Pancoran Mas, Kota Depok). *Jurnal Perspektif-Jayabaya Journal of Public Administration*, 21(2), 15–24.
- Shahreza, M. (2018). *Pemberdayaan Masyarakat Pada Gerakan Bank Sampah di Kota Tangerang Selatan*. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.28319.66722>
- Trihudyatmanto, M., Kaukab, M. E., Maulida T, N., Prihati, E., Hafidz A., O., Jumaidi, Fadillah, R., Mustofa, Nafisatul A., A., H, K., Fatoni, Nurhayati, M., & Kusuma, A. (2023). Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Kelurahan Leksono Melalui Pengelolaan Sampah Non-Organik Menjadi Kerajinan Tangan. *JEPemas: Jurnal Pengabdian Masyarakat (Bidang Ekonomi)*, 2(2), 12–20.
- Wijayanti, D. R., & Suryani, S. (2015). Waste Bank as Community-based Environmental Governance: A Lesson Learned from Surabaya. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 184(August 2014), 171–179. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.05.077>
- Zairinayati, Maftukhah, N. A., & Novianty. (2020). Pengelolaan Sampah Bernilai Ekonomi Berbasis Masyarakat. *BERDIKARI: Jurnal Inovasi Dan Penerapan Ipteks*, 8(2), 132–141. <https://doi.org/https://doi.org/10.18196/bdr.8285>