
STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS BANK SAMPAH PUSAT KABUPATEN BOGOR

¹⁾ Bambang Yulianto, ²⁾ Muhlis, ³⁾ Yasnimar Ilyas, ⁴⁾ Benny Osta Nababan

¹⁾ Alumni Program Studi Manajemen, STIE Dewantara

Jl. Raya Pemda Bojong Depok Baru III Karadenan Cibinong Bogor, Jawa Barat 16913, Indonesia

Email: bnyulianto@yahoo.com

²⁾³⁾⁴⁾ Dosen Tetap Program Studi Manajemen, STIE Dewantara

Jl. Raya Pemda Bojong Depok Baru III Karadenan Cibinong Bogor, Jawa Barat 16913, Indonesia

Email: muhlis@dewantara.ac.id, yasnimar.ilyas@dewantara.ac.id, benny.osta@dewantara.ac.id,

ABSTRACT

This research was conducted to determine the Business Development Strategy of the Central Garbage Bank in Bogor Regency. which aims to (1) To find out that the business management of the Central Waste Bank provides economic benefits for the manager and its customers; (2) To find out the business results of the central waste bank can be used as a profitable and environmentally oriented business model; (3) the development of the central waste bank business makes the waste bank an attractive business. The analytical method used is descriptive qualitative method. The results of this study are the Internal Factors Analysis Summary (IFAS) matrix, strength score = 2.05 , weakness score = 0.75, total score = 2.80, which indicates that the Central Waste Bank already has a good strategy in anticipating existing internal threats. The results of the analysis of the External Strategic Factor Analysis Summary (EFAS) matrix, the opportunity score = 1.58, the threat score = 1.33, the total score = 2.91, which indicates that the Central Waste Bank has a good strategy in anticipating external threats. Of the three (3) implications of the IE Matrix strategy, the Central Waste Bank is in cell V, the Strategy Business Unit (SBU) which is in cell V, the best strategy to control with the Hold and Maintain strategy. The strategies that are commonly used are the Market Penetration and Product Development strategies (Umar 2003).

Keywords: *Business Model Canvas, SWOT Analysis, Waste Bank.*

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Strategi Pengembangan Bisnis Bank Sampah Pusat Kabupaten Bogor. yang bertujuan untuk (1) Untuk mengetahui pengelolaan bisnis Bank Sampah Pusat memberikan manfaat ekonomi bagi pengelola dan nasabahnya; (2) Untuk mengetahui hasil bisnis bank sampah pusat dapat dijadikan satu model usaha yang menguntungkan dan berorientasi lingkungan; (3) pengembangan bisnis bank sampah pusat menjadikan bank sampah sebagai bisnis yang menarik. Metode analisis yang dipergunakan adalah metode kualitatif deskriptif. Hasil dari penelitian ini matriks *Internal Factors Analysis Summary* (IFAS) nilai skor kekuatan = 2,05 nilai skor kelemahan = 0,75 total skor = 2,80 yang menunjukkan bahwa Bank Sampah Pusat sudah mempunyai strategi yang baik dalam mengantisipasi ancaman internal yang ada. Hasil dari analisis matriks *Ekternal Strategic Factor Analysis Summary* (EFAS)) nilai skor peluang = 1,58 nilai skor ancaman = 1,33 total skor = 2,91 yang menunjukkan bahwa Bank Sampah Pusat mempunyai strategi yang baik dalam mengantisipasi ancaman eksternal yang ada. Dari tiga (3) implikasi strategi IE Matrix, Bank Sampah Pusat berada pada sel V, Strategi Bisnis Unit (SBU) yang berada pada sel V strategi yang paling baik untuk mengendalikan dengan strategi Hold dan Maitain. Strategi – strategi yang umum dipakai yaitu strategi *Market Penetration, dan Product Developmpment* (Umar 2003).

Kata kunci: *Business Model Canvas, Analisis SWOT, Bank Sampah.*

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sampah merupakan salah satu permasalahan yang wajib untuk diperhatikan, merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia, karena pada dasarnya semua manusia pasti menghasilkan sampah dalam setiap kegiatannya. Volume peningkatan sampah sebanding dengan meningkatnya jumlah penduduk yang berdampak pada naiknya tingkat konsumsi manusia serta dari perubahan gaya hidup masyarakat.

Masyarakat dalam pengelolaan sampah sebagian besar masih melakukan dengan membakar dan membuang sampah sembarangan, serta dengan sistim kumpul-angkut-buang. Kondisi ini apabila tidak dilakukan penanganan dini terhadap sampah dapat memicu terjadinya pemanasan global, sebagai akibat adanya pembakaran sampah, dan tidak menutup kemungkinan munculnya tempat pembuangan akhir liar yang dapat mengganggu kesehatan masyarakat dan kebersihan lingkungan.

Dalam pengelolaan sampah, masyarakat harus ikut bertanggung jawab serta berpartisipasi aktif mulai melakukan pengelolaan sejak dari rumah tangga/sumber, juga perubahan paradigma pengelolaan sampah dari kumpul, angkut dan buang menjadi pengurangan di sumber dan daur ulang sumber daya.

Pengelolaan yang tepat untuk pengurangan adalah dengan menjalankan prinsip 3R (*Reduce, Reuse* dan *Recycle*) atau batasi sampah, guna ulang sampah dan daur ulang sampah yang dapat dilaksanakan melalui Bank Sampah, yang kegiatannya dengan melakukan pemilahan dan pengumpulan sampah yang dapat didaur ulang dan/atau guna ulang serta memiliki nilai ekonomi.

Kabupaten Bogor yang sudah memiliki Peraturan Daerah No. 2 Tahun 2014 tentang Pengelolaan Sampah dan Peraturan Daerah No. 6 Tahun 2016 tentang Perlindungan dan

Pengelolaan Lingkungan Hidup, masih mempunyai masalah dengan sampah rumah tangga, setiap hari sekitar 2.800 ton sampah rumah tangga dihasilkan Kabupaten Bogor, dan hanya 800 ton yang bisa diangkut ke Tempat Pembuangan Akhir (TPA) di Galuga, sisanya sebanyak 2.000 ton menjadi timbunan sampah yang tersebar.

Salah satu cara untuk mengurangi timbunan sampah tersebut Bupati Kabupaten Bogor mendorong terbentuknya bank sampah unit baik tingkat RT dan RW, sampai saat ini sudah terbentuk 353 bank sampah unit, dengan banyaknya bank sampah unit tersebut dibentuklah Bank Sampah Pusat oleh Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Bogor dan diresmikan oleh Bupati Bogor. (Radar Bogor, 24 Februari 2019).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang dan ruang lingkup masalah di atas, maka didapatkan penelitian yang akan dilakukan tentang pengelolaan bisnis bank sampah pusat, sehingga dapat menjadi salah satu peluang bisnis dan salah satu cara mengurangi masalah sampah di Kabupaten Bogor, jadi rumusan masalahnya sebagai berikut:

1. Bagaimana pengelolaan bisnis Bank Sampah Pusat memberikan manfaat ekonomi bagi pengelola dan nasabahnya?
2. Bagaimana hasil bisnis bank sampah pusat dapat dijadikan satu model bisnis yang menguntungkan dan berorientasi lingkungan?
3. Bagaimana pengembangan bisnis bank sampah pusat menjadikan bank sampah sebagai bisnis yang menarik?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah sebagaimana diuraikan di atas, maka tujuan dilakukan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengelolaan bisnis bank sampah pusat yang memberikan manfaat ekonomi bagi pengelola dan nasabahnya
2. Untuk mengetahui hasil bisnis bank sampah pusat dapat dijadikan satu model usaha yang menguntungkan dan berorientasi lingkungan.
3. Untuk mengetahui pengembangan bisnis bank sampah pusat menjadi bisnis bank sampah yang menarik.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 *Business Model Canvas (BMC)*

Business Model Canvas (BMC) secara sederhana dapat diartikan sebagai sebuah proses bagaimana perusahaan menciptakan *value* dan mendapatkan keuntungan dari *value* yang diciptakannya secara berkelanjutan. *Business Model Canvas (BMC)* adalah sebuah *tools* yang dikembangkan oleh Osterwalder dan Pigneur (2019).

1. *Customer Segments*
Customer Segments (Segmen pelanggan) adalah kelompok orang atau organisasi yang dituju oleh perusahaan untuk dilayani. Termasuk pelanggan adalah para pengguna/penikmat, yang bukan pembeli yang memberikan pendapatan langsung, tetapi perusahaan harus memperhatikan keinginan mereka.
2. Proporsi Nilai
Value Propositions (Proporsi Nilai) adalah nilai atau manfaat yang ditawarkan perusahaan kepada pelanggan, Manfaat ini terwujud dalam bentuk sekumpulan produk atau jasa.
3. *Channels* (Saluran Komunikasi, Distribusi, dan Penjualan)
Channels (saluran komunikasi, distribusi dan penjualan) adalah wadah untuk menyampaikan *value propositions* kepada *customer segments* yang dituju.

4. *Customer Relationship* (Hubungan Pelanggan)
Customer Relationships (Hubungan Pelanggan) menggambarkan jenis hubungan yang dibangun perusahaan dengan segmen pasar tertentu.
5. *Revenue Streams* (Arus Pendapatan)
Revenue Streams (Arus Pendapatan) adalah pemasukan yang biasanya diukur dalam bentuk uang yang diterima perusahaan dari pelanggannya.
6. *Key Resources* (Sumber Daya Utama)
Key resources (Sumber Daya Utama) adalah sumber daya yang memungkinkan organisasi menjalankan *Key Activities* untuk menawarkan *Value Propositions*, menjangkau pasar, menjaga hubungan dengan Segmen Pelanggan, dan menghasilkan uang.
7. *Key Activities* (Aktivitas Kunci)
Key Activities (Aktivitas Kunci) adalah serangkaian kegiatan yang dilakukan organisasi untuk menciptakan produk atau jasa yang dibutuhkan pelanggan, menyampaikannya kepada pelanggan membina hubungan dengan pelanggan, serta mengelola pendapatan sebagai hasil penjualan produk/jasa dari pelanggan.
8. *Key Partnership* (Kemitraan Kunci)
Key Partnership (Kemitraan Kunci) menjadi elemen yang sangat penting, karena memang tidak ada organisasi atau perusahaan yang dapat berjalan tanpa bekerja sama dengan pihak lain. Bahkan, tidak sedikit perusahaan yang keberhasilannya ditentukan oleh mitra mereka.
9. *Cost Structure* (Struktur Biaya)
Dalam penyusunan *Business Model Canvas*, Struktur Biaya (*Element Cost Structure*) didesain pada tahap paling akhir. Alasannya sederhana saja semua bisnis yang beroperasi di bawah suatu model bisnis pasti membutuhkan biaya.

2.1.2 Analisis Swot

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan/organisasi. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strength*) peluang (*Opportunity*) dan secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threat*). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan/organisasi. Dengan demikian, perencanaan strategis harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini.

Menurut Rangkuti (2019), SWOT adalah singkatan dari internal *Strengths* dan *Weakness* serta lingkungan eksternal *Opportunities* dan *Threats* yang dihadapi dunia bisnis. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal Peluang (*Opportunities*) dan Ancaman (*Threats*) dengan faktor internal Kekuatan (*Strengths*) dan Kelemahan (*Weakness*).

2.1.3 Bank Sampah

Bank sampah adalah suatu tempat di mana terjadi kegiatan pelayanan terhadap penabung sampah yang dilakukan oleh teller bank sampah (Suwerda. B 2012).

Bank sampah adalah tempat menabung sampah yang telah terpilah menurut jenis sampah, sampah yang ditabung pada bank sampah adalah sampah yang mempunyai nilai ekonomis. Menurut Peraturan Menteri Negara Lingkungan Hidup Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2012 Tentang Pedoman Pelaksanaan *Reduce*, *Reuse*, dan *Recycle* Melalui Bank Sampah.

2.1.3.1 Bank Sampah Pusat

Bank Sampah Pusat di bentuk oleh Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Bogor No. 660.2/28/KPTS-PS/DLH/2019, yang

mempunyai tugas pokok dan fungsi sebagai berikut :

1. Melaksanakan pengelolaan sampah secara berkelanjutan berbasis peran serta masyarakat sehingga dapat mengurangi timbulan sampah yang dibuang ke TPA.
2. Menetapkan pedoman pelaksanaan pengelolaan sampah kawasan secara mandiri di seluruh bank sampah yang ada di wilayah Kabupaten Bogor dan kaidah kemitraan yang baik, profesional dan bertanggung jawab.
3. Melaksanakan kegiatan edukasi dan pelatihan teknis mengenai pengelolaan sampah kepada masyarakat dan sekolah.
4. Mengembangkan kewirausahaan untuk mengelola sampah menjadi nilai ekonomis untuk membangun ekonomi kerakyatan yang berbasis lingkungan.
5. Menetapkan dan menerapkan harga jual/beli sampah yang wajar dan bersaing pada bank sampah unit yang menjadi anggota bank sampah pusat.
6. Meningkatkan kapasitas pengetahuan, nilai tambah, dan pemasaran hasil Pengelolaan sampah.

3. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penulis dalam penelitian ini mempergunakan metode kualitatif deskriptif yaitu suatu metode yang digunakan untuk menemukan pengetahuan terhadap subjek penelitian pada saat tertentu Muhtar (2013 : 10).

3.2 Lokasi dan Waktu

Dalam kegiatan penelitian ini, yang menjadi tempat penelitian penulis adalah Bank Sampah Pusat Pondok Rajeg Kabupaten Bogor. Alasan mengapa penulis memilih Bank Sampah Pusat Kabupaten Bogor ini adalah:

1. Bank Sampah Pusat dibentuk atas dasar UU, PP, Permen dan Perda tentang pengelolaan.
2. Bank Sampah Pusat baru mulai dibentuk dan dioperasikan pada bulan Februari tahun 2019.
3. Bank Sampah Pusat sebagai bentuk insentif bagi masyarakat yang telah melakukan pengelolaan sampah dengan 3R (*Reduce, Reuse dan Recycle*) dengan bank sampah sesuai pasal 34 Peraturan Daerah No. 2 Tahun 2014 tentang Pengelolaan Sampah.
4. Bank Sampah Pusat merupakan salah satu program Dinas Lingkungan Hidup untuk mendukung keberlanjutan kegiatan bank sampah unit yang ada di Kabupaten Bogor.
5. Ingin mengetahui sejauh mana perencanaan bisnis oleh Bank Sampah Pusat Kabupaten.

Untuk meneliti tentang perencanaan bisnis di bank sampah pusat, penulis sudah mengkategorikan subyek dengan harapan bahwa informan yang telah dipilih oleh penulis dapat memberikan informasi/keterangan yang membantu penulis di dalam menelaah penelitian ini.

3.3 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang merupakan nara sumber dalam penelitian ini yaitu:

1. Ibu Nur Haryanti, S.Si Kepala Seksi Pengurangan Sampah Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Bogor, yang menerima laporan kegiatan Bank Sampah Pusat dalam melayani anggotanya, mengelola biaya operasionalnya serta merencanakan tata kelola Bisnis Bank Sampah Pusat Kabupaten Bogor
2. Bapak Agus Hermawan, S. Kom bagian pemasaran Bank Sampah Pusat Kabupaten Bogor

3. Bapak Abdan Syakuran, bagian penjualan Bank Sampah Pusat Kabupaten Bogor
4. Bapak Mochamad Rizky Fadilah, S Ikom bagian keuangan Bank Sampah Pusat Kabupaten Bogor

Setelah mendapatkan data dari instrumen penelitian, penulis melakukan verifikasi kepada Kepala Seksi Pengolahan Sampah DLH Kabupaten Bogor sebagai penanggung jawab kegiatan Bank Sampah Pusat.

3.4 Analisa Data

3.4.1 SWOT

Menurut Fatimah (2016) dalam faktor-faktor analisis SWOT sebagai berikut:

1. *Strengths* atau kekuatan merupakan sebuah kondisi yang menjadi sebuah kekuatan dalam organisasi. Faktor-faktor kekuatan suatu kompetensi khusus atau sebuah kompetensi keunggulan yang terdapat dalam tubuh organisasi itu sendiri atau kekuatan tersebut merupakan nilai plus atau unggulan komparatif dari sebuah organisasi.
2. *Weakness* atau kelemahan merupakan kondisi atau segala sesuatu hal yang menjadi kelemahan atau kekurangan yang terdapat dalam tubuh organisasi.
3. *Opportunities* atau peluang merupakan suatu kondisi lingkungan di luar organisasi yang sifatnya menguntungkan bahkan dapat menjadi senjata untuk memajukan sebuah perusahaan/organisasi.
4. *Threats* atau ancaman merupakan kondisi eksternal, dapat mengganggu kelancaran berjalannya sebuah organisasi atau perusahaan.

3.4.2 Matriks *Internal Factors Analysis Summary (IFAS)*

IFAS menggambarkan kondisi internal perusahaan/organisasi yang terdiri dari

kekuatan dan kelemahan yang dihitung berdasarkan bobot dan *rating*.

Tabel 2. IFAS

Faktor internal	Bobot	Rating	Nilai Skor
			(Bobot X Rating)
<i>Strength (S)</i>			
<i>Weakness (W)</i>			
Total			

3.4.3 Matriks Eksternal Factors Analysis Summary (EFAS)

EFAS menggambarkan kondisi eksternal perusahaan yang terdiri dari peluang dan ancaman yang dihitung berdasarkan bobot dan *rating*.

Tabel 3. EFAS

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Nilai skor
			(Bobot X Rating)
<i>Opportunities (O)</i>			
<i>Threats (T)</i>			
Total			

Sumber: Rangkuti (2019)

Untuk memberikan bobot dan *rating* untuk Faktor Eksternal

- a. Beri bobot masing-masing faktor dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting), semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total (1,00).
- b. Beri *rating* untuk masing-masing faktor skala mulai dari 4 (*outstanding*) dengan 1 (*poor*), berdasarkan pengaruh faktor terhadap perusahaan/organisasi. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk kategori peluang) diberi nilai +1 sampai dengan +4 (sangat baik), sedangkan variabel yang bersifat negatif kebalikannya. Apabila ancaman besar/tinggi nilainya adalah 1, sedangkan apabila ancaman kecil/rendah nilainya adalah 4

3.4.4 Matriks Internal – Eksternal (IE)

IE *Matrix* bermanfaat untuk memposisikan Strategi Bisnis Unit (SBU) perusahaan ke dalam matriks yang terdiri atas sembilan (9) sel.

IE *Matrix*s terdiri dari dua dimensi, yaitu :

1. Total skor dari IFAS pada sumbu X, skornya ada tiga, yaitu skor 1,00 – 1,99 posisi internal lemah, skor 2,0 – 2,99 posisi internal rata – rata lemah, skor 3,0 – 4,0 posisi internal kuat.
2. Total skor dari EFAS sumbu Y, skornya ada tiga, yaitu skor 1,00 – 1,99 posisi internal lemah, skor 2,0 – 2,99 posisi internal rata – rata lemah, skor 3,0 – 4,0 posisi internal kuat.

IE *Matrix* memiliki tiga implikasi strategi yang berbeda – beda yaitu :

1. Strategi Bisnis Unit (SBU) yang berada pada sel I, II, atau IV dapat digambarkan sebagai *Grow* dan *Build*, Strategi – strategi yang cocok bagi Strategi Bisnis Unit (SBU) ini adalah Strategi intensif seperti *Market Penetration, Market Development, dan Product Development* atau Strategi terintegrasi seperti *Backward Integration, Forward Integration* dan *Horizontal Integration*
2. Strategi Bisnis Unit (SBU) yang berada pada sel III, V, atau VII paling baik dikendalikan dengan strategi *Hold* dan *Maintain*. Strategi – strategi yang umum dipakai yaitu strategi *Market Penetration, dan Product Development*.
3. Strategi Bisnis Unit (SBU) yang berada pada sel VI, VIII, atau IX dapat menggunakan strategi *Harvest* atau *Divestiture*.

SKOR TOTAL IFAS

	Kuat 3.0 - 4.0	Rata - rata 2.0 - 2.99	Lemah 1.0 - 1.90	
	4,0	3,0	2,0	1,0
SKOR TOTAL EFAS	I	II	III	Tinggi 3.0 - 4.0
	IV	V	VI	Sedang 2.0 - 2.99
	VII	VIII	IX	Rendah 1.0 - 1.90

Sumber : *StrategicManagement in Action* Umar 2003

Gambar 1. Diagram Matriks IE

3.4.5 Matriks TOWS/SWOT

Menurut Rangkuti (2019), penjelasan untuk masing-masing strategi pada matriks SWOT adalah sebagai berikut:

1. **Strategi SO (*Strenght-Opportunity*)**
Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
2. **Strategi ST (*Strenght-Threath*)**
Strategi ini dibuat berdasarkan kekuatan-kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengantisipasi ancaman atau perusahaan berusaha untuk menghindari atau mengurangi dampak-dampak dari ancaman-ancaman eksternal.
3. **Strategi WO (*Weakness-Opportunity*)**
Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada, atau memperkecil kelemahan-kelemahan internal perusahaan dengan memanfaatkan peluang-peluang eksternal.
4. **Strategi WT (*Weakness-Threath*)**
Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif, dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

<i>IFAS (Internal Faktor Strategic Analysis Summary)</i>			
	IFAS	STRENGTHS (S)	WEAKNESS (W)
EFAS (Eksternal Faktor Strategic Analysis Summary)	EFAS		
	OPPORTUNITIES (O)	STRATEGI SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
	THREATS (T)	STRATEGI ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Gambar 2. Diagram Matriks TOWS/SWOT

Analisa data yang dipergunakan dalam penelitian

1. Analisis model bisnis dengan pendekatan Business Model Canvas (BMC) sebuah model bisnis menggambarkan dasar pemikiran tentang bagaimana organisasi menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai. Yang digambarkan dengan 9 elemen/buildingblocks yaitu: *customersegment, valueproposition, channels, customerrelationships, revenuestreams, keyresources, keyactivities, keypartnerships, dan coststructure* yang saling terkait dan teridentifikasi sebagai kunci penting untuk model bisnis yang sukses. (OsterwalderandPigneur, 2013).

Untuk analisis Business Model Canvas (BMC) yang dilakukan penulis adalah :

- a. Memberikan pengantar teori Business Model Canvas (BMC) kepada pengelola Bank Sampah Pusat dan Kepala Seksi Pengurangan Sampah Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Bogor dengan media grup *whatsapp*.
- b. Melakukan wawancara Business Model Canvas (BMC) Bank Sampah Pusat saat ini melalui *googleform* dikarenakan kondisi Pandemi Covid 19, yang selanjutnya peneliti melakukan *Forum Group discussion* (FGD) untuk

memastikan hasil pengisian dengan pengelola Bank Sampah Pusat dan Kepala Seksi Pengurangan Sampah Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Bogor, sekaligus untuk mengisi blok Business Model Canvas (BMC), Bank Sampah Pusat.

- Analisis SWOT yaitu menggunakan model analisa membandingkan antara faktor internal kekuatan (*Strength*) dan, *kelemahan (Weakness)*, dan Faktor eksternal peluang (*Opportunity*) dan, ancaman (*Threat*). Dengan *Internal Factors Analysis Summary (IFAS)* dan *Eksternal Factors Analysis Summary (EFAS)* untuk membuat matriks strategi SWOT.

Untuk analisis SWOT yang dilakukan penulis adalah :

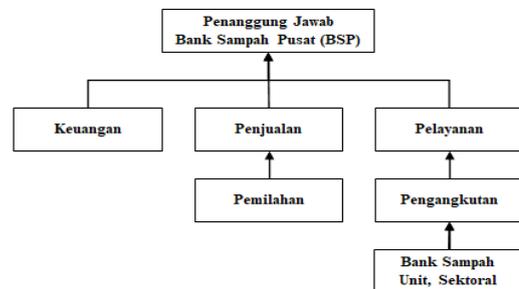
- Mempersiapkan tabel isian untuk *Internal Factors Analysis Summary (IFAS)* dan *Eksternal Factors Analysis Summary (EFAS)*
- Melakukan wawancara faktor internal kekuatan (*Strength*) dan, *kelemahan (Weakness)*, dan Faktor eksternal peluang (*Opportunity*) dan, ancaman (*Threat*), dari setiap blok Business Model Canvas (BMC), Bank Sampah Pusat, dan melakukan pengisian di tabel *Internal Factors Analysis Summary (IFAS)* dan *Eksternal Factors Analysis Summary (EFAS)* dengan pengelola Bank Sampah Pusat dan Kepala Seksi Pengurangan Sampah Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Bogor.
- Membuat matriks strategi *SWOT* dan *Internal dan Eksternal (IE)* matriks
- Membuat Business Model Canvas (BMC) untuk pengembangan Bank Sampah Pusat.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Bank Sampah Pusat beralamat Jl TPA Pondok Rajeg Kelurahan Pondok Rajeg

Kecamatan Cibinong Kabupaten Bogor, di bentuk oleh Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Bogor No. 660.2/28/KPTS-PS/DLH/2019, dalam kegiatannya bertanggung jawab kepada Seksi Pengurangan Sampah Bidang Pengelolaan Sampah Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Bogor.



Gambar 3. Struktur Organisasi Bank Sampah Pusat

Business Model Canvas (BMC) Bank Sampah Pusat Berikut merupakan pemetaan model bisnis yang dimiliki Bank Sampah Pusat Kabupaten Bogor saat ini :

Key Partnerships	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segments
1. Pemasokan/Supplier Industri daur ulang 2. NGO Rumah Pelangi 3. Unilever 4. Amada Kemasan 5. Investor 6. ASCESS Klub Bogor 7. FORD Klub Bogor 8. Satgas LHI 9. Dinas Lingkungan Hidup	Pemilahan dan penjualan sampah anorganik Bank Sampah Unit/Sektoral/Individu Pembelian dan Penjualan miyok jelantah Menyiapkan baterai sampah anorganik dengan amada kemasan Menyiapkan kardus, duplex, pulpen, besi dan logam untuk investor	Kespasilan harga dan pembayaran serta harga jual kompositif Lisensi pembelian sampah organik yang beragam Pelayanan pengangkutan yang ramah dan sesuai kesepakatan Membangun sistem kekeluargaan dengan para nasabah	1. Ada bantuan program sarana penunjang kegiatan bank sampah 2. Pelatihan/Workshop kejasama dengan DLH untuk pembentukan dan pengembangan Bank Sampah 3. Hubungan dan pendekatan secara kekeluargaan 4. Produk baru biasanya kami tawarkan ke pelanggan baru dan pelanggan lama karena kita menyanasatkan hubungan antara pelanggan baru dan pelanggan lama.	Segmen pelanggan meliputi Bank Sampah Unit (BSU), Sektoral, Sekolah di Kabupaten Bogor Individu/Warung kecil Amada Kemasan
	Key Resources Karyawan Amada Gedung, persampungan Kantor Mesin Pres (plastik, kertas) Peralatan Kantor (Komputer, Printer, Internet Dll)		Channels 1. WAG Bank Sampah Pusat 2. IG Bank Sampah Pusat (hsq_kabogor) 3. Email BSP (hsq.kabogor@gmail.com)	
Cost Structure 1. Biaya tetap 2. Biaya tidak tetap		Revenue Streams Pendapatan dari vendor atau perusahaan daur ulang plastik Investor yang bekerjasama dengan BSP dalam pembelian berbagai jenis sampah an-organik (duplex, pulpen, besi dan logam) Salah hasil baterai sampah anorganik dengan amada kemasan Subsidi Dinas Lingkungan Hidup		

Gambar 4. Business Model Canvas(BMC) Bank Sampah Pusat

4.2 Hasil Analisis SWOT

Penyusunan analisis SWOT didasarkan pada analisis internal (*strengths* dan *weakness*) dan eksternal (*opportunities* dan *threats*) dari sembilan (9) blok *business model canvas (BMC)* Bank Sampah Pusat saat ini.

4.3 Matriks Internal Strategic Factor Analysis Summary (IFAS) dan Matriks Ekternal Strategic Factor Analysis Summary (EFAS)

Tabel 4. Matriks Internal Factors Analysis Summary (IFAS)

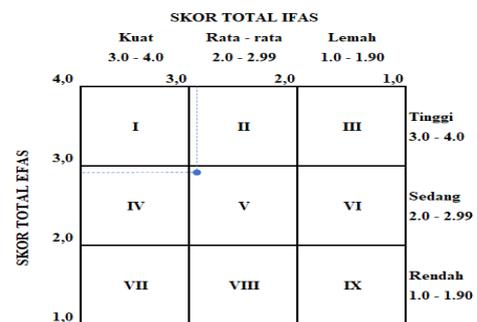
No.	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Strength (Kekuatan)				
1	Memiliki anggota bank sampah unit, sektoral, sekolah, dan Armada Kemasan	0,09	4	0,36
2	Surat Keputusan Tentang Bank Sampah Pusat Oleh Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Bogor	0,08	4	0,32
3	Pembelian jenis sampah anorganik yang beragam	0,07	3	0,21
4	Kepastian harga dan pembelian	0,05	4	0,2
5	Ada bangunan, karyawan dan sarana pendukung kegiatan BSP	0,05	4	0,2
6	Mendapat kepercayaan dari Bank Sampah Unit	0,04	4	0,16
7	Sistem kekeluargaan menjadi prinsip pelayanan Bank Sampah Pusat	0,05	3	0,15
8	Mendapat kepercayaan dari investor	0,04	3	0,12
9	Kualitas barang pilahan bagus sesuai keinginan investor	0,035	3	0,105
10	Pelatihan dan Workshop untuk pembentukan, pendampingan Bank Sampah Unit kerjasama dengan Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Bogor	0,03	3	0,09
11	Membantu memberi masukan Ke Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Bogor bantuan sarana penunjang kegiatan Bank Sampah Unit	0,025	3	0,075
12	Informasi kegiatan Bank Sampah Pusat bisa disebarluaskan lewat media online setiap hari, mendapat respon positif (Follower 392)	0,02	3	0,06
Sub Total		0,58		2,05
Weakness (Kelemahan)				
1	Belum mampu melayani semua Bank Sampah Unit sektoral, sekolah di Kabupaten Bogor	0,06	2	0,12
2	Belum memaksimalkan pembayaran yang cepat (cash and carry)	0,075	2	0,15
3	Belum ada SOP, Pendaftaran, Pembelian, Pemilahan, Penjualan	0,05	2	0,1
4	Tidak punya media promosi yang mudah diakses oleh masyarakat	0,04	2	0,08
5	Belum menganggarkan sebagian pendapatan sebagai modal pembelian	0,04	2	0,08
6	Belum ada bentuk perjanjian kerjasama dengan lembaga dan komunitas	0,035	2	0,07
7	Tidak ada Hotline service pelayanan	0,06	1	0,06
8	Lokasi pemilahan emberan, besi tidak ada atap, akan menghambat efektivitas pemilahan	0,03	2	0,06
9	Tidak punya produk jasa yang lain	0,03	1	0,03
Sub Total		0,42		0,75
Total		1		2,80

Tabel 5. Matriks Ekternal Strategic Factor Analysis Summary (EFAS)

No.	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Opportunities (Peluang)				
1	Bank Sampah Unit kabupaten bogor, yang belum semuanya menjadi anggota Bank Sampah Pusat	0,09	4,00	0,36
2	Organisasi Pemerintah Daerah (OPD) Kabupaten bogor yang belum semuanya mempunyai Bank Sampah Sektoral	0,08	3,00	0,24
3	HOREKAMAL (Hotel, Resto, Cafe, dan Mall) dipusat kota kabupaten belum kerjasama dengan Bank Sampah Pusat	0,08	3,00	0,24
4	Belum ada Bank Sampah Induk Di Kabupaten Bogor	0,05	3,00	0,15
5	Pengepul kecil di sekitar lokasi Bank Sampah Pusat	0,05	3,00	0,15
6	Kerjasama dengan Diskominfo, media lokal online maupun offline untuk gerakan pilah sampah dari sumbernya	0,05	3,00	0,15
7	Ada program tahunan Kampung Ramah Lingkungan (KRL) dari Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Bogor	0,05	2,00	0,10
8	Mendatangkan investor-investor baru	0,05	3,00	0,15
9	Sekolah Adiwiyata terutama sekolah unggulan dan terpadu serta pesantren belum menjadi anggota Bank Sampah Pusat	0,04	1,00	0,04
Sub Total		0,54		1,58

Threats (Ancaman)				
1	Risiko tidak ada lagi subsidi dari Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Bogor	0,15	4,00	0,60
2	Luas wilayah kabupaten bogor	0,04	4,00	0,16
3	Persaingan harga dengan pengepul besar	0,05	3,00	0,15
4	Keputusan pemerintah dalam masa Pandemi Covid 19	0,04	3,00	0,12
5	Harga pembelian masih di bawah harga supplier	0,05	2,00	0,10
6	Lokasi Bank Sampah Pusat rawan pencurian	0,04	2,00	0,08
7	Sebagian jenis sampah anorganik yang bernilai tinggi oleh Bank Sampah Unit dijual ke pengepul lain	0,03	2,00	0,06
8	Tidak ada biaya promosi dari Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Bogor	0,06	1,00	0,06
Sub Total		0,46		1,33
Total		1		2,91

Hasil Matriks Internal-Eksternal (IE) dengan menggunakan hasil evaluasi dari IFAS dan EFAS Bank Sampah Pusat, didapat hasil sumbu horizontal IFAS dengan skor total = 2,80 sedangkan hasil sumbu vertikal EFAS dengan skor total = 2,91.



Gambar 5. Matriks IE Business

Model Canvas (BMC) Bank Sampah Pusat Saat Ini. Dari tiga (3) implikasi strategi IE Matrix, Bank Sampah Pusat berada pada sel V, Strategi Bisnis Unit (SBU) yang berada pada sel V strategi yang paling baik untuk mengendalikan dengan strategi Hold dan Maitain. Strategi – strategi yang umum dipakai yaitu strategi *Market Penetration*, dan *Product Development*.

4.4 Hasil Matriks TOWS/SWOT

Tabel 6. Hasil Matriks SWOT

	Strength (Kekuatan)	Weakness (Kelemahan)
IFAS	1. Memiliki anggota bank sampah unit, sektoral, sekolah, dan Armada Kemasan 2. Surat Keputusan Tentang Bank Sampah Pusat Oleh Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Bogor 3. Pembelian jenis sampah anorganik yang beragam 4. Kepastian harga dan pembelian 5. Ada bangunan, karyawan dan sarana pendukung kegiatan 6. Mendapat kepercayaan dari Bank Sampah Unit	1. Belum memaksimalkan pembayaran yang cepat (cash and carry) 2. Belum mampu melayani semua Bank Sampah Unit sektoral, sekolah di Kabupaten Bogor 3. Belum ada SOP, Pendaftaran, Pembelian, Pemilahan, Penjualan 4. Tidak punya media promosi yang mudah diakses oleh masyarakat 5. Belum menganggarkan sebagian pendapatan sebagai modal pembelian 6. Tidak ada Hotline service pelayanan
EFAS		

Opportunities (Peluang)	Strategi SO	Strategi WO
1. Bank Sampah Unit kabupaten bogor, yang belum semuanya menjadi anggota Bank Sampah Pusat 2. Organisasi Pemerintah Daerah (OPD) Kabupaten bogor yang belum semuanya mempunyai Bank Sampah Sektoral 3. HOREKAMAL (Hotel, Resto, Cafe, dan Mall) dipusat kota kabupaten belum kerja sama dengan Bank Sampah Pusat 4. Belum ada Bank Sampah Induk Di Kabupaten Bogor 5. Pengopel kecil di sekitar lokasi Bank Sampah Pusat 6. Mendatangkan investor-investor baru	1. (S1, S2, S3, S4, S5, S6) - (O1,O6) Meningkatkan jumlah kerja sama dengan bank sampah unit, sekolah. 2. (S1, S2, S3, S4) - (O2, O6). Meningkatkan jumlah kerja sama bank sektoral dengan melakukan edukasi dengan Dinas Lingkungan Hidup dan bank sampah yang terbentuk wajib kerja sama dengan Bank Sampah Pusat. 3. (S2, S3) - (O3, O6) Melakukan edukasi dengan Dinas Lingkungan Hidup tentang pengelolaan sampah anorganik secara kawasan dan kerja sama dengan Bank Sampah Pusat.	1. (W1, W2, W3, W5) - (O1, O2, O3, O5) Membuat SOP sesuai dengan bidang masing-masing pengelola Bank Sampah Pusat agar kegiatan penjualan, pembelian dan penambahan anggota bisa berjalan efektif dan efisien. 2. (W4) - (O1, O2, O3) Mengoptimalkan armada angkutan sebagai media promosi saat melakukan pengambilan sampah anorganik dan event kegiatan Dinas Lingkungan Hidup. 3. (W6) - (O2, O3, O4, O5) Membuat no hotline service untuk meningkatkan serta mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan
Threats (Ancaman)	Strategi ST	Strategi WT
1. Risiko tidak ada lagi subsidi dari Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Bogor 2. Luas wilayah kabupaten bogor 3. Persaingan dengan pengepul besar 4. Kebijakan pemerintah dalam masa Pandemi Covid 19 5. Harga pembelian masih di bawah harga suplier 6. Tidak ada biaya promosi dari Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Bogor	1. (T1) - (S1, S2, S3, S4, S5) Membuat target jumlah penambahan bank sampah unit, sektoral dan sekolah. 2. (S2, S5) - (T2,T4) Membuat sistim zonasi pengangkutan ke bank sampah unit sesuai wilayah, jarak tempuh, dan status zona covid agar efektif dalam pelayanan. 3. (S1, S6) - (T6) Membuat video testimoni bank sampah unit untuk IG, dan di <i>upload</i> secara periodik.	1. (W4, W6) - (T1, T3) Menjaga kepercayaan pelanggan agar tetap memercayai pelayanan Bank Sampah Pusat 2. (W5) - (T3, T5) Menjaga kualitas pilahan sampah anorganik agar kerjasama dengan investor tetap terjaga 3. (W4) - (T6) Merjalin kerja sama dengan komunitas atau forum lingkungan di Kabupaten Bogor dalam mempromosikan bank sampah pusat.

Bogor dalam mempromosikan bank sampah pusat.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada Bank Sampah Pusat dalam menentukan strategi pengembangan usaha dengan penerapan *Business Model Canvas* dan Analisis SWOT maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari perkembangan pembelian, penjualan dan penambahan jumlah nasabah Bank Sampah menunjukkan bahwa pengelolaan bisnis Bank Sampah Pusat memberikan manfaat ekonomi bagi pengelola dan nasabahnya.
2. Bisnis Bank Sampah Pusat telah menjadi contoh, dengan terbentuknya satu Bank Sampah Induk Solusi Hijau di Kecamatan Gunung Sindur Kabupaten Bogor dengan jumlah anggota 7 Bank Sampah Unit (BSU) tingkat Desa dan 2 Bank Sampah Mitra (BSM).
3. Untuk mengetahui pengembangan bisnis bank sampah pusat menjadi bisnis bank sampah yang menarik
4. Hasil dari analisis matriks *Internal Factors Analyisi Summary* (IFAS) nilai skor kekuatan = 2,05 nilai skor kelemahan = 0,75 total skor = 2,80 yang menunjukkan bahwa Bank Sampah Pusat sudah mempunyai strategi yang baik dalam mengantisipasi ancaman internal yang ada.

Adapun ancaman internal yang diantisipasi adalah :

- a. Belum mampu melayani semua Bank Sampah Unit, sektoral, sekolah di Kabupaten Bogor.
- b. Belum memaksimal pembayaran yang cepat (*cashandcary*).
- c. Tidak punya media promosi yang mudah diakses oleh masyarakat.
- d. Tidak ada *Hotline service* pelayanan

Strategi S-O

1. Meningkatkan jumlah kerja sama dengan bank sampah unit, sekolah.
2. Meningkatkan jumlah kerja sama bank sektoral dengan melakukan edukasi dengan Membuat SOP sesuai dengan bidang masing-masing pengelola Bank Sampah Pusat agar kegiatan penjualan, pembelian dan penambahan anggota bisa berjalan efektif dan efisien.
3. Mengoptimalkan armada angkutan sebagai media promosi saat melakukan pengambilan sampah anorganik dan event kegiatan Dinas Lingkungan Hidup.
4. Membuat nomor *hotline service* untuk meningkatkan serta mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan.

Strategi ST

1. Membuat target jumlah penambahan bank sampah unit, sektoral dan sekolah.
2. Membuat sistim zonasi pengangkutan ke bank sampah unit sesuai wilayah, jarak tempuh, dan status zona covid agar efektif dalam pelayanan.
3. Membuat video testimoni bank sampah unit untuk IG, dan di *upload* secara periodik.

Strategi WT

1. Menjaga kepercayaan pelanggan agar tetap memercayai pelayanan Bank Sampah Pusat
2. Menjaga kualitas pilahan sampah anorganik agar kerjasama dengan investor tetap terjaga
3. Menjalin kerja sama dengan komunitas atau forum lingkungan di Kabupaten

- e. Belum semua bank sampah bisa mengikuti pelatihan dan menerima bantuan dari Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Bogor.
 - f. Belum menganggarkan sebagian pendapatan sebagai modal pembelian.
 - g. Tidak punya produk jasa yang lain.
 - h. Lokasi pemilahan emberan, besi tidak ada atap, akan menghambat efektivitas pemilahan.
 - i. Belum ada SOP, Pendaftaran, Pembelian, Pemilahan, Penjualan.
 - j. Belum ada bentuk perjanjian kerja sama dengan lembaga dan komunitas.
 - k. Biaya operasional masih tergantung dari Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Bogor
5. Hasil dari analisis matriks *Eksternal Strategic Factor Analysis Summary* (EFAS) nilai skor peluang = 1,58 nilai skor ancaman = 1,33 total skor = 2,91 yang menunjukkan bahwa Bank Sampah Pusat mempunyai strategi yang baik dalam mengantisipasi ancaman eksternal yang ada. Adapun ancaman eksternal yang diantisipasi adalah :
- a. Luas wilayah kabupaten bogor
 - b. Kebijakan pemerintah dalam masa Pandemi Covid 19
 - c. Persaingan dengan pengepul besar
 - d. Sebagian jenis sampah an organik yang bernilai tinggi oleh Bank Sampah Unit dijual ke pengepul lain
 - e. Harga pembelian masih di bawah harga supplier
 - f. Tidak ada biaya promosi dari Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Bogor
 - g. Tidak semua pengurus bank sampah mampu mempergunakan fasilitas teknologi informasi
 - h. Harga pembelian masih di bawah harga supplier
 - i. Risiko tidak ada lagi subsidi dari Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Bogor
 - j. Lokasi Bank Sampah Pusat rawan pencurian
 - k. Terputus hubungan kerjasama dengan investor
 - l. Tidak semua OPD memahami isi dari perda, pergub pengelolaan sampah
 - m. Ada perubahan kebijakan dari Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Bogor
6. Matriks Internal-Eksternal (IE) Bank Sampah Pusat berada pada sel V, strategi yang paling baik untuk mengendalikan dengan strategi Hold dan Maitain. Strategi – strategi yang umum dipakai yaitu strategi *Market Penetration, dan Product Development.*
7. Matriks TOWS/SWOT Bank Sampah Pusat yang sesuai dengan strategi strategi Hold dan Maitain sebagai berikut :
- Strategi S-O**
- a. Meningkatkan jumlah kerja sama dengan bank sampah unit, sekolah.
 - b. Meningkatkan jumlah kerja sama bank sektoral dengan melakukan edukasi dengan Dinas Lingkungan Hidup dan bank sampah yang terbentuk wajib kerja sama dengan Bank Sampah Pusat.
 - c. Melakukan edukasi dengan Dinas Lingkungan Hidup tentang pengelolaan sampah anorganik secara kawasan di HOREKAMAL (Hotel, Resto, Cafe, dan Mal) dan kerja sama dengan Bank Sampah Pusat.
- Strategi WO**
1. Membuat SOP sesuai dengan bidang masing-masing pengelola Bank Sampah Pusat agar kegiatan penjualan, pembelian dan

penambahan anggota bisa berjalan efektif dan efisien.

2. Mengoptimalkan armada angkutan sebagai media promosi saat melakukan pengambilan sampah anorganik dan event kegiatan Dinas Lingkungan Hidup.
3. Membuat nohotlineservice untuk meningkatkan serta mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan

Blok *Business Model Canvas*(BMC)

Bank Sampah Pusat yang harus dikembangkan atau dimodifikasi adalah :

- a. *Key Activities*
- b. *Customer relationships* (hubungan pelanggan)
- c. *Channels*

5.2 Saran

Saran yang dapat diberikan penulis dari hasil penelitian ini yaitu:

1. Bank Sampah Pusat dalam setiap aktivitasnya selalu memperhatikan model bisnis yang digunakan agar strategi bisnis dapat berjalan dengan baik.
2. Strategi *Business Model Canvas* yang dijalankan Bank Sampah Pusat perlu di evaluasi di kemudian hari, agar Bank Sampah Pusat mengetahui capaian dari strategi bisnisnya.
3. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan tidak hanya fokus strategi bisnis, Diperlukan analisis finansial untuk memastikan keberlanjutan Strategi *Business Model Canvas* yang dijalankan Bank Sampah Pusat.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyach, N. (2017). “Strategi Pengembangan Usaha Melalui Business Model Canvas (Studi Kasus: Industri Kecil Gethuk Lawu)”. Skripsi. Jurusan Teknik Industri. Fakultas Teknik. Universitas Muhammadiyah Semarang.
- Alsa. (2003). Pendekatan kuantitatif & kualitatif serta kombinasinya dalam penelitian psikologis. Cetakan 1. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Nazir (1999) Metode Penelitian. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Peraturan Pemerintah Nomor 81 Tahun 2012 tentang *Pengelolaan Sampah Rumah Tangga dan Sampah Sejenis Sampah Rumah Tangga*.
- Permen Lingkungan Hidup No. 13 Tahun 2012 tentang *Pedoman Pelaksanaan 3R Melalui Bank Sampah*.
- Peraturan Daerah No. 2 Tahun 2014 Kabupaten Bogor tentang *Pengelolaan Sampah*
- Peraturan Daerah No. 6 Tahun 2016 Kabupaten Bogor tentang perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup
- Rangkuti, F. (2019). Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung. Alfabeta
- Suwerda. (2012). Bank Sampah (Kajian Teori dan Penerapan) Disertai Penerapan Bank Sampah “Gemah Ripah di Dusun Badegan Bantul. Yogyakarta: Pustaka Rihama.
- Tim PPM Manajemen. (2012). Business Model Canvas Penerapan di Indonesia, Penerbit PPM
- Umar, H. (2003) Strategic Management in Action Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Undang – undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2008 tentang *Pengelolaan Sampah*.