

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA SAMPAH AN - ORGANIK DI BANK SAMPAH CAHAYA CIRACAS

¹⁾Nurul Aini dan ²⁾Tony Sugiarto

¹⁾Fakultas Ekonomi, Universitas Respati Indonesia, Jl.Bambu Apus I No.3, Cipayung - 13890

²⁾Fakultas Ekonomi, Universitas Respati Indonesia, Jl.Bambu Apus I No.3, Cipayung - 13890

ABSTRAK

Pengelolaan sampah dan peraturan pemerintah nomor 81 tahun 2012 mengamanatkan perlunya perubahan mendasar pengelolaan sampah dari kumpul–angkut–buang menjadi pengolahan yang bertumpu pada pengurangan sampah dan penanganannya. Tujuan penelitian ini dilakukan Pada Bank Sampah Cahaya Ciracas, adalah untuk mengetahui faktor internal dan faktor eksternal dan strategi pengembangan usaha Bank Sampah Cahaya Ciracas. Metode penelitian disini adalah metode kualitatif, menggunakan analisis SWOT. **Hasil penelitian faktor kekuatan** meliputi Produk yang bervariasi, design produk & warna produk yang bervariasi, produk yang beraneka raga, lokasi strategis; **kelemahan seperti** Bank Sampah Cahaya Ciracas belum berorientasi profit, kurangnya media Promosi, bank Sampah Ciracas belum cukup berkembang di banding bank sampah lain, bahan Baku Kerajinan Sampah Kurang; **peluang seperti** kebutuhan masyarakat akan kerajinan dari Bank Sampah; **ancaman meliputi** lokasi kompetitor yang berdekatan, persaingan dengan ritel sejenis. Strategi pengembangan usaha untuk meningkatkan penjualan pada Bank Sampah Cahaya Ciracas antara lain : 1) mempertahankan kualitas produk, pelayanan dan pemasaran langsung, 2) Strategi Pengembangan usaha yang sebaliknya dilakukan Bank Sampah Cahaya Ciracas untuk meningkatkan penjualan antara lain adalah mempertahankan kualitas produk, menjaga hubungan baik antara distributor dan pengecer, menjalin kerjasama dengan berbagai pihak dan memanfaatkan media online dalam mengembangkan usahanya. **Kesimpulan** strategi pemasaran meningkatkan penjualan pada Bank Sampah Cahaya Ciracas selama ini melalui promosi yang gencar, meningkatkan Pelayanan, dan kerjasama dengan berbagai pihak untuk memperluas cakupan pasar. **Saran** perlu mengembangkan daya saing, meningkatkan pelayanan , menjaga hubungan baik dengan nasabah, dan mempertahankan kualitas produk serta Wujud nyata yang dilakukan oleh Bank Sampah Cahaya Ciracas dengan memberikan layanan Aplikasi E-Bank Sampah langsung.

Kata Kunci : Strategi pemasaran, meningkatkan pengembangan penjualan Bank Sampah.

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah Penelitian

Undang–Undang nomor 18 tahun 2008 tentang pengelolaan sampah dan Peraturan Pemerintah nomor 81 tahun 2012 mengamanatkan perlunya perubahan mendasar pengelolaan sampah dari kumpul–angkut–buang menjadi pengolahan yang bertumpu pada pengurangan sampah dan penanganannya, yang bermakna agar seluruh lapisan masyarakat, baik pemerintah, dunia usaha maupun masyarakat luas melaksanakan kegiatan pembatasan timbulan sampah, Pendaauran ulang dan pemanfaatan kembali sampah yang dikenal dengan 3R yaitu: Reduce, Reuse dan Recycle melalui upaya-upaya cerdas, efisien dan terprogram.

Secara umum ada dua jenis sampah, yaitu organik (sampah basah) dan an-organik (sampah kering). Sampah organik (sampah basah). Contohnya sisa sayur, buah, dedaunan dan sejenisnya. Jenis kedua sampah anorganik (sampah yang tidak bisa diuraikan oleh organism pengurai), seperti sampah plastik, beling, seng, kaleng dan sejenisnya.

Bank Sampah Cahaya Ciracas merupakan suatu program di lingkup Dinas Lingkungan Hidup Provinsi DKI Jakarta dengan Surat Keputusan Kepala Dinas Nomor 03 Tahun 2017. Tujuan utama pendirian bank sampah adalah untuk membantu menangani pengolahan sampah di Indonesia dan selanjutnya untuk menyadarkan masyarakat akan lingkungan yang sehat, rapi, dan bersih. Dan untuk mengubah

sampah menjadi sesuatu yang lebih berguna di masyarakat, misal untuk kerajinan dan pupuk yang bernilai ekonomis. Serta sebagai strategi membangun kepedulian masyarakat agar dapat 'berkawan' dengan sampah untuk mendapat manfaat ekonomi langsung dari sampah. dengan gerakan 4R sehingga manfaat langsung yang dirasakan adalah dari ekonomi, dan pembangunan lingkungan bersih, hijau dan sehat. Volume sampah di DKI Jakarta yang berasal dari aktivitas manusia, semakin hari terus bertambah. Sekitar 6000 - 8000 ton sampah di bawa ke Bantar Gebang. Permasalahan sampah ini merupakan tanggung jawab pemerintah dan seluruh masyarakat. Setiap orang diperkirakan dapat menyumbang 1 kg sampah/perhari. Dalam Perda No. 3 tahun 2013 pasal 12 menjelaskan bahwa setiap masyarakat wajib melakukan pemilahan sampah. Mengacu pada Perda tersebut pemerintah daerah membuat solusi mengurangi volume sampah salah satunya dengan pembentukan bank sampah. Bank sampah adalah tempat pemilahan dan pengumpulan sampah yang dapat didaur ulang dan bernilai ekonomi.

Pendirian bank sampah di DKI diatur oleh LH No.13 Tahun 2012. Dengan jumlah bank sampah berkisar 200 unit, volume sampah di DKI menurun hingga 14%. Produk sampah yang dihasilkan berupa: Botol, Plastik, Kertas, Baja, Seng, besi dll.

Suwerda.B. (2012) mengungkapkan bahwa pengelolaan sampah melalui bank sampah selain menabung sampah juga berupaya untuk memberdayakan masyarakat dalam mengurangi sampah yang ditimbulkan, memanfaatkan sampah dan melakukan daur ulang sampah.

Pengembangan Bank Sampah merupakan kegiatan sosial engineering yang harus terus dilakukan untuk mengajarkan masyarakat memilah sampah serta menumbuhkan kesadaran masyarakat dalam pengolahan sampah secara bijak dengan inovasi terus menerus dan pada gilirannya akan mengurangi sampah ke TPA. Pembangunan bank sampah ini harus menjadi momentum awal membina kesadaran kolektif masyarakat untuk memulai memilah, mendaur-ulang, dan memanfaatkan sampah, karena sampah mempunyai nilai jual yang cukup baik, sehingga pengelolaan sampah

yang berwawasan lingkungan menjadi budaya baru Indonesia.

2. TUJUAN PENELITIAN

Untuk mengetahui faktor internal dan eksternal dan Strategi pengembangan usaha sampah an-organik di Bank Sampah Cahaya Ciracas – Jakarta Timur.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini, adalah penelitian kualitatif, Metode kualitatif menurut Sugiono (2015:347) sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat post positivisme/interpretatif, dimana peneliti sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada *generalisasi*. (Sugiyono, 2015).

3.1. Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat: Bank Sampah Cahaya Ciracas, Jl.

Masjid Bulak Sereh Kelurahan Cibubur Kecamatan Ciracas.

Waktu: Maret – Agustus 2017 .

3.2. Alat Analisis Data

a. Cara Membuat Analisis SWOT

Penelitian menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam analisis SWOT. (Sugiyono, 2015).

b. Keabsahan Data

Keabsahan data merupakan kesahihan data (*validitas*) dan keandalan (*realibilitas*). Dalam kualitatif, data dinyatakan valid apabila tidak ada perbedaan antara yang dilaporkan peneliti dengan data sesungguhnya yang terjadi pada obyek yang diteliti. Perlu diketahui bahwa kebenaran realitas data bersifat jamak dan tergantung pada konstruksi makna, dibentuk dalam diri seorang sebagai hasil proses mental tiap individu dengan berbagai latar belakangnya. Realibilitas dalam kualitatif bersifat majemuk/ganda, dinamis/selalu berubah sehingga tidak ada yang konsisten, dan berulang seperti semula. Jadi uji keabsahan data dalam kualitatif meliputi uji *credibility* (validitas internal), *transferability* (validitas eksternal), *dependability* (reliabilitas), *confirmability* (obyektivitas)

1. Uji kredibilitas (*credibility*)

Uji kredibilitas (kepercayaan) data dilakukan dengan perpanjangan, pengamatan, peningkatan ketekunan

- dalam penelitian, triangulasi, diskusi dengan teman sejawat, analisis kasus negatif, dan member check
2. Pengujian *Transferability*
Uji *Transferability* (keterampilan) diterapkan di situasi yang baru (tempat lain) dengan orang-orang baru. *Transferability* dalam penelitian kualitatif mirip generalisasi penelitian kuantitatif.
 3. Pengujian *Dependability*
Uji *Dependability* (reliabilitas) adalah apabila orang lain dapat mengulangi/mereplikasi proses penelitian tersebut
 4. Pengujian *Konfirmability*
uji *konfirmability* (uji obyektivitas) dikatakan obyektif bila hasil penelitian telah disepakati banyak orang.

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Menganalisis Data

a. Identifikasi Faktor Strategi Internal (IFAS) Bank Sampah Cahaya Ciracas

Identifikasi faktor internal untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan yang ada di Bank Sampah Cahaya Ciracas, maka kekuatan dan kelemahan di Bank Sampah Cahaya Ciracas secara ringkas dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4. Kekuatan dan Kelemahan Bank Sampah Cahaya Ciracs

FAKTOR-FAKTOR STRATEGI INTERNAL	
KEKUATAN	KELEMAHAN
Aspek Produk	Aspek Produk
Garansi produk	Produksi produk lambat
Kualitas produk	Produk kurang
Brand produk	Ketersediaan produk
Pelayanan	
Aspek tempat/ saluran distribusi	Aspek tempat/ saluran distribusi
Cangkupan pasar	Tidak ada papan nama perusahaan
Aspek Harga	Pendistribusian produk tidak tepat waktu
Diskon harga	Kurang fasilitas dan prasarana perusahaan
Aspek Promosi	Aspek Promosi
Pemasaran langsung	Kurang media promosi
	Aspek SDM
	Tingkat pendidikan

Sumber : Data Primer yang Telah Diolah, 2017

1) Kekuatan

- a) Aspek produk
Kualitas produk dengan bahan baku lebih baik dari para pesaing. Bank Sampah Cahaya Ciracas sudah memiliki nama produk. dengan pelayanan sebaik mungkin terhadap para anggota bank sampah.
- b) Aspek tempat/saluran distribusi
penjualan dilakukan ke wilayah di sekitaran lingkup Kecamatan Ciracas.
- c) Aspek Harga
Harga yang terjangkau sesuai persentasi pengeluaran biaya yang sudah di musyawarahkan dengan para pengurus maupun anggota bank sampah.
- d) Aspek promosi

Promosi dilakukan dengan pemasaran langsung atau mendatangi setiap

kelurahan untuk mengadakan sosialisasi dan promosi.

2) Kelemahan

- a) Aspek produk
Hasil wawancara peneliti dengan informan bahwa produk yang diproduksi lambat karena butuh waktu mulai dari bahan baku dan kurangnya SDM untuk memproduksinya.
- b) Aspek tempat/Saluran distribusi
Hasil observasi menemukan bahwa tidak ada papan nama perusahaan menyebabkan masyarakat Kurang memahami sarana dan prasana perusahaan ditempat penelitian sehingga

berdampak kurang efektif dalam menjalankan kinerja perusahaan.

- c) Aspek harga
Hasil wawancara, perusahaan tidak memberikan potongan khusus terhadap konsumen atau anggota bank sampah.
- d) Aspek promosi
Hasil wawancara, kurangnya media promosi, menyebabkan tidak efektifnya

kinerja perusahaan dalam memasarkan produk kepada konsumen.

- e) Aspek SDM
Hasil observasi bahwa tidak ada kualifikasi tingkat pendidikan untuk pekerja sehingga kurangnya sumber daya manusia.

b. Identifikasi Faktor Strategi Eksternal (EFAS) Bank Sampah Cahaya Ciracas

Identifikasi faktor eksternal dilakukan untuk mengetahui peluang dan ancaman yang ada di Bank Sampah Cahaya Ciracas. Berdasarkan hal tersebut, maka peluang dan ancaman di Bank Sampah Cahaya Ciracas secara ringkas dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5. Variabel dan Indikator Faktor Eksternal

NO.	VARIABEL	INDIKATOR
1.	Ekonomi	a. Pertumbuhan jumlah penduduk b. Kemajuan teknologi
2.	Sosial	a. Pengembangan sosial kemasyarakatan
3.	Budaya	a. Perubahan gaya hidup b. Sifat konsumtif masyarakat
4.	Politik	a. Adanya perdagangan bebas
5.	Pasar	a. Persaingan dengan ritel lain b. Loyalitas konsumen c. Jaringan pemasaran luas d. Jarak antara competitor

Dari tabel 5 diatas dibuat variabel yang berasal dari faktor eksternal antara lain: ekonomi, sosial, budaya, politik, pasar.

- 1) Ekonomi
Ekonomi menjadi faktor eksternal karena penambahan penduduk maka bertambah daya beli masyarakat yang mempengaruhi kondisi perusahaan.
- 2) Sosial
Sosial bagian dari masyarakat berkomitmen bagi kesejahteraan karyawan, pelanggan, dan lingkungan masyarakat sekitar.
- 3) Budaya
Budaya mempengaruhi kondisi perusahaan karena mempengaruhi pola hidup masyarakat.

- 4) Politik
Gejolak politik mempengaruhi kondisi perusahaan. Karena sangat erat hubungannya dengan kebijakan pemerintah.

- 5) Pasar
Pasar dimaksud adalah kondisi persaingan ketat dalam bidang bisnis yang sama.

c. Pemberian Bobot dan Rating

Pemberian Bobot dan Peringkat merupakan tahap setelah identifikasi faktor internal dan eksternal yang merumuskan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Dari informasi tersebut disusunlah matriks faktor strategi internal (IFAS) dan matriks faktor strategi Eksternal (EFAS). Pada faktor strategi EFAS teridentifikasi tabel 6. Berikut:

Tabel 6. Pengolahan Data IFAS ; Bobot, skala dan rating

Aspek Produk				
1	-bahan baku kerajinan kurang	0.09	4	0.36
2	-produk kurang dikenal	0.07	2	0.14
3	-ketersediaan produk	0.06	3	0.18
Aspek tempat dan Saluran distribusi				
1	-tidak ada papan nama perusahaan	0.02	1	0.02
2	-pendistribusian produk tidak tepat waktu	0.07	2	0.14
3	-kurang fasilitas dan prasarana perusahaan	0.06	3	0.18
Aspek harga				
1	-tidak ada potongan khusus pelanggan	0.06	1	0.03
Aspek promosi				
1	-kurang media promosi	0.08	3	0.24
Aspek SDM				
1	-tingkat pendidikan	0.02	2	0.04
total W		0.5	21	1.33
Total S + W		1		

Sumber : Data Primer yang Telah Diolah, tahun 2017

Dari hasil analisis pada tabel IFAS faktor kekuatan (*strength*) mempunyai total nilai skor 2,02 sedangkan (*weakness*) mempunyai total nilai skor 0,99. Seperti halnya IFAS, maka pada faktor-faktor strategis EFAS juga dilakukan, indentifikasi yang hasilnya di table 7.

Tabel 7. Pengolahan Data EFAS Bobot, skala dan rating

No	Faktor strategi internal	Bobot	Rating	Bobot x rating
Peluang/opportunity				
Aspek ekonomi:				
1	-kerjasama dengan berbagai pihak	0.2	3	0.6
2	-kemajuan teknologi	0.08	2	0.16
3	-hubungan baik perusahaan, distribusi, pengecer	0.1	3	0.3
Aspek Pasar:				
1	-potensi pasar besar	0.4	4	0.16
Total O		0.78	12	2.66

No	Faktor strategi internal	Bobot	Rating	Bobot x rating
Ancaman/ Threat				
Aspek Produk				
1	Biaya bahan baku yang terus meningkat	0.09	1	0.09
Aspek pasar				
1	-Persaingan dengan perusahaan sejenis	0.1	2	0.2

Dari hasil analisis tabel 7. EFAS faktor peluang (*opportunity*) bertotal nilai skor 1,86 dan ancaman (*threat*) bertotal nilai skor 0,87. Selanjutnya nilai skor masing-masing faktor dapat dirinci, strength: 2,02, weaknesses: 1,33, opportunity: 1,86 dan threat: 0,87. Maka diketahui nilai strength dan weaknesses selisih (+) 0,69 dan nilai opportunity dan threat selisih (+) 0,99.

d. Analisis SWOT

Menurut Rangkuti (2015:19) analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. didasarkan pada logika memaksimalkan kekuatan (*Strengths*), dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*).

Tabel 8. Analisis SWOT Bank Sampah Cahaya Ciracas

<p>KEKUATAN Aspek Produk Kualitas produk Pelayanan AspekTempat/Saluran Distribusi Cangkupan pasar Aspek Harga Diskon harga Harga terjangkau Aspek Promosi Pemasaran langsung</p>	<p>KELEMAHAN Aspek Produk Produksi produk lambat Produk kurang dikenal Ketersediaan produk Aspek Tempat/Saluran Distribusi Tidak ada papan nama perusahaan Pendistribusian produk tidak tepat waktu Kurang fasilitas dan prasarana perusahaan Aspek Harga Tidak ada potongan khusus pelanggan Aspek Promosi Kurang media promosi Aspek SDM Tingkat pendidikan</p>
<p>PELUANG Aspek Ekonomi Kerjasama dengan berbagai pihak Hubungan yang baik antara perusahaan, Distributor dan Pengecer Kemajuan teknologi Aspek Pasar Potensi pasar besar</p>	<p>ANCAMAN Biaya bahan baku yang terus meningkat Aspek Pasar Persaingan dengan ritel sejenis Loyalitas konsumen Jarak antar kompetitor</p>

Matriks SWOT merupakan alat yang digunakan untuk membantu pengembangan empat jenis strategi SO (kekuatan-peluang), strategi WO (kelemahan-peluang), strategi ST (kekuatan-ancaman), strategi WT (kelemahan-ancaman), seperti pada tabel 9.

Tabel 9. Matriks SWOT Bank Sampah Cahaya Ciracas

IFAS	<p>Strengths (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Produk yang bervariasi 2. Design produk & warna produk yang bervariasi 3. Produk yang beraneka ragam 4. Lokasi strategis 	<p>Weakness (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Bank Sampah Cahaya Ciracas belum berorientasi profit 2. Kurangnya media Promosi 3. Bank Sampah Ciracas belum cukup berkembang di banding bank sampah lain, 4. Bahan Baku Kerajinan Sampah Kurang
<p>Opportunities (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kebutuhan masyarakat akan kerajinan dari Bank Sampah 	<p>Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Promosi yang gencar dengan mendatangi setiap Bank Sampah 2. Meningkatkan pelayanan 3. Meningkatkan kerjasama dengan berbagai pihak untuk memperluas cangkupan pasar. 	<p>Strategi WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memperbanyak Link-link Informasi ke setiap Sekolah dan RT / RW di lingkungan sekitar untuk Mendapatkan Banyak Nasabah 2. Melakukan pemasaran dengan berbagai media promosi dalam mengenalkan produk perusahaan
<p>Threats (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi kompetitor yang berdekatan 2. Persaingan dengan ritel sejenis 	<p>Strategi ST</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengembangkan daya saing dengan menyediakan produk yang lebih bervariasi 2. Bekerjasama dengan berbagai pihak untuk meningkatkan pelayanan dan mempertahankan kualitas produk 	<p>Strategi WT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memanfaatkan perkembangan teknologi seperti internet dan media sosial. 2. Menambah jumlah nasabah di Bank Sampah

Hasil dari matriks SWOT didapatkan alternatif strategi sebagai berikut :

a. Strategi Strength-Opportunities

Strategi ini menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan segala kesempatan yang ada sehingga perusahaan dapat memiliki keunggulan bersaing jika dibandingkan dengan Bank Sampah sejenis.

1. Promosi yang gencar yang dilakukan melalui jejaringan sosial, agar Bank Sampah Cahaya Ciracas bisa memanfaatkan peluang untuk mendapatkan Lebih banyak Nasabah. Selain Meningkatkan Pelayanan dan kerjasama dengan berbagai pihak untuk memperluas pasar.

b. Strategi Weakness- Opportunities

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. Serta melakukan Promosi yang terarah; Memperbanyak Link-link Informasi ke setiap Sekolah dan RT/RW di lingkungan sekitar untuk Mendapatkan Banyak Nasabah. Dan Melakukan pemasaran dengan berbagai media promosi dalam mengenalkan produk perusahaan

c. Strategi Strength-Threat

Strategi ini menggunakan kekuatan perusahaan untuk mengatasi ancaman yang ada.

1. Mengembangkan daya saing; dilakukan dengan menyediakan produk yang lebih bervariasi.
2. Meningkatkan pelayanan serta menjaga hubungan baik dengan Nasabah.
3. Memberikan layanan Secara Langsung atau bisa Mendownload Aplikasi E-Bank Sampah langsung, dan mempertahankan kualitas produk

d. Strategi Weakness-Threat

Strategi ini meminimalkan kelemahan yang ada, menghindari ancaman. Dalam kondisi ini perusahaan dituntut segera berbenah diri, karena hanya dengan cara itulah Bank Sampah dapat bertahan menghadapi persaingan yang semakin kompetitif untuk mendapatkan banyak nasabah

1. Memanfaatkan perkembangan teknologi Bank Sampah Cahaya Ciracas untuk mempromosikan produk percetakan adalah melalui media social E- Bank Sampah, *Facebook, Twitter, Instagram* dan *BBM*. Sehingga lebih efektif dan efisien dalam

penggunaan dana dan waktu.

2. Menambah karyawan dan Jumlah Nasabah
Menambah karyawan dan Jumlah Nasabah agar semua Balance karena dalam Memilah Sampah masih menggunakan cara manual, jika jumlah nasabah bertambah maka penghasilanpun meningkat.

5. KESIMPULAN DAN SARAN**5.1. Kesimpulan**

1. Strategi Pemasaran untuk meningkatkan penjualan pada Bank Sampah Cahaya Ciracas selama ini melalui: Promosi yang gencar, Meningkatkan Pelayanan, dan kerjasama dengan berbagai pihak untuk memperluas cakupan pasar.

2. Strategi yang sebaiknya dilakukan untuk meningkatkan penjualan pada Bank Sampah Cahaya Ciracas adalah : Mengembangkan daya saing, meningkatkan pelayanan serta menjaga hubungan baik dengan Nasabah, dan mempertahankan kualitas produk serta Wujud nyata yang dilakukan oleh Bank Sampah Cahaya Ciracas adalah memberikan layanan Aplikasi E-Bank Sampah langsung.

5.2. SARAN

perlu ditingkatkan media promosi dan kualitas sumber daya manusia dalam menghadapi pesaing. Dan Memanfaatkan dan mengembangkan kekuatan serta peluang yang telah dimiliki Bank Sampah Cahaya Ciracas untuk lebih siap dalam menghadapi ancaman dan memperkecil kelemahan yang dimiliki Bank Sampah Cahaya Ciracas.

DAFTAR PUSTAKA.

- Kementerian Lingkungan Hidup, RI. Tahun 2012. Pengelolaan Sampah Rumah Tangga dan Sampah Sejenis Sampah Rumah Tangga.<http://www.menlh.go.id/peraturan-pemerintah-nomor-81-tahun-2012-tentang-pengelolaan-sampah-rumah-tangga-dan-sampah-sejenis-sampah-rumah-tangga/>.
- Presiden Republik Indonesia. Undang-Undang Nomoer 18.Tahun 2008. Tentang PengelolaanSampah.<http://isd-indonesia.org/wp-content/uploads/2015/01/EnvironmentalServices-No3.pdf>.

- Sugiyono, 2015, *Metode Penelitian Manajemen*, Bandung: CV Alfabeta
- Suwerda, Bambang. 2012. *Tata cara teknik operasional sampah perkotaan.SNI 19-2454-2002*.Jakarta.Pustaka Rihama.
- _____.2012. *Bank sampah;Kajian Teori dan Penerapan*. Yogyakarta. Pustaka Rihama.