

ABSTRAK

Lingkungan hidup merupakan lingkungan utama yang sangat dekat dengan kehidupan manusia yang dapat memberikan dampak positif jika dirawat dengan baik dan sebaliknya akan memberikan dampak negatif jika dibiarkan tercemar begitu saja. Saat ini kondisi hampir seluruh lingkungan hidup di dunia berada pada tingkat pencemaran yang mengkhawatirkan. Salah satu Negara khususnya Indonesia telah mengalami pencemaran lingkungan terutama yang berasal dari limbah, yaitu sampah rumah tangga.

Penelitian yang dilakukan Kementerian Lingkungan Hidup melalui *website* resminya yaitu www.menlh.go.id menyebutkan bahwa pada tahun 2012 Indonesia telah menghasilkan 625 juta liter sampah setiap harinya. Ini bukanlah suatu hal yang sepele untuk diabaikan sebagai salah satu faktor penyebab kerusakan lingkungan. Jika diperhatikan dan diatasi dengan baik, dampaknya akan berpengaruh pada kehidupan yang akan datang.

Oleh karena itu *green marketing* pada saat ini sering dipakai sebagai paradigma pemasaran baru untuk sebuah usaha, dimana mengedepankan misi penyelamatan lingkungan hidup. Sebagai solusi, Kementerian Lingkungan Hidup Indonesia mengeluarkan peraturan pemerintah untuk mengelola lingkungan melalui bank sampah, dimana fungsinya sebagai organisasi yang menyebarkan misi cinta lingkungan. Adanya konsep baru *green marketing* ini diharapkan kesadaran untuk peduli dan cinta terhadap lingkungan sebagai gaya hidup dapat tertanam dalam diri masyarakat.

Melalui penelitian yang berjudul “Analisis Penerapan Green Marketing Pada Bank Sampah (Studi Kasus Pada Bank Sampah Warga Manglayang RW 06 Kelurahan Palasari Kecamatan Cibiru Kota Bandung)” penulis melakukan penelitian untuk mengetahui lebih dalam *green marketing* melalui kegiatan yang dilakukan bank sampah.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif melalui sumber data primer yaitu data yang dikumpulkan langsung oleh penulis melalui observasi langsung dengan wawancara dan menggunakan sumber data sekunder yaitu data yang sebelumnya telah diolah oleh pihak lain.

Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa dengan adanya *green marketing* pada bank sampah dapat memberikan hal positif bagi masyarakat yaitu masyarakat menjadi lebih peduli dalam pelestarian lingkungan, keinginan pada individu masyarakat untuk mengelola sampah dalam rangka mengurangi dampak lingkungan dan menciptakan *green product* sudah tertanam, dan peningkatan kesejahteraan baik dilihat dari sisi kreatifitas maupun finansial sudah dapat dirasakan masyarakat.

Kata kunci: *green marketing*, bank sampah

