

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin

Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin dulunya adalah komunitas biasa, komunitas ini didirikan oleh bapak Muhammad Arifin. Kemudian pada tanggal 24 Maret 2016 komunitas ini resmi menjadi yayasan. Bergerak di bidang pemberdayaan *social entrepreneurship*, salah satunya pemberdayaan kerajinan tangan berbasis ramah lingkungan. Yayasan ini menghimpun banyak pengrajin yang menjadi pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di kota Banjarmasin. *Central workshop* Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin terletak di Komplek Abadi Sentosa Blok A No. 28 Jalan Tembus Mantuil, Basirih Selatan, Kecamatan Banjarmasin Selatan, Provinsi Kalimantan Selatan. Yayasan ini mulanya adalah wadah menggali minat dan bakat dari anak jalanan, korban penyalahgunaan narkoba, eks narapidana, ibu-ibu rumah tangga, penyandang disabilitas, anak-anak yatim dan piatu. Namun kini, Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin membuka kesempatan bagi semua kalangan masyarakat yang ingin menggali potensi diri, jadi masyarakat yang bergabung di yayasan ini dibimbing untuk menjadi *entrepreneur*

mandiri yang bertujuan untuk menggerakkan perekonomian dan pemberdayaan potensi masyarakat menjadi lebih baik.⁴⁷

2. Visi dan Misi

Visi:

Merubah *mindset* masyarakat bahwa keterbatasan ekonomi tidak menjadi halangan dalam berkarya dan menjadi wirausaha sukses.

Misi:

- a. Merangkul generasi muda untuk berkarya dan bangkit demi kemajuan Indonesia.
- b. Mendukung program pemerintah untuk memberdayakan swadaya generasi muda dalam berkeaktifitas.
- c. Mengangkat kualitas para pemuda pemudi Kalimantan Selatan agar mampu berkeaktifitas.

3. Tujuan

- a. Memberikan tempat atau wadah untuk masyarakat dalam berkeaktifitas dan berkarya.
- b. Memberikan motivasi atau semangat kepada pemuda dan anak-anak dalam memanfaatkan waktu agar tidak terbuang sia-sia.
- c. Mengurangi aktifitas negatif dalam kesalahan pergaulan yang kemungkinan terjadi pada pemuda dan anak-anak.

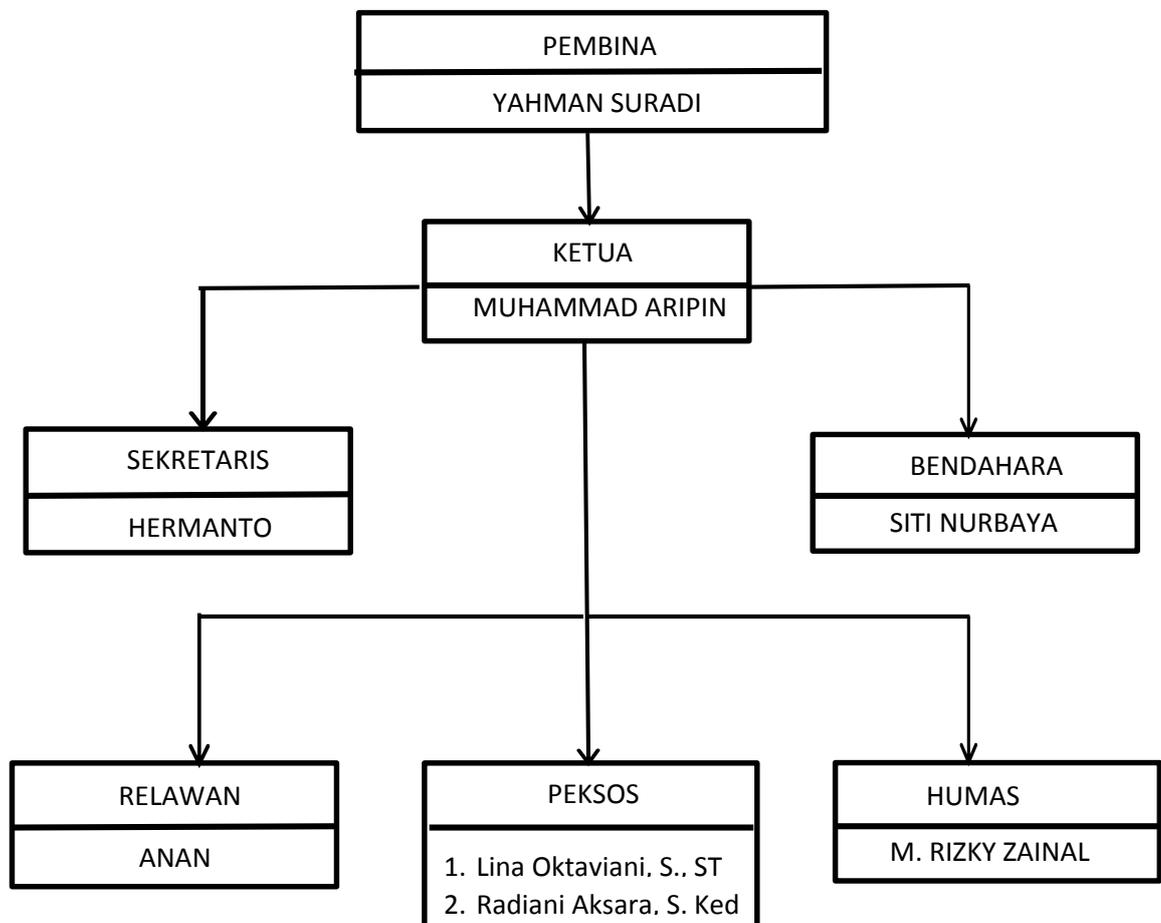
⁴⁷ Profil Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin (2022).

- d. Mendukung program pemerintah dalam mengurangi tingkat kemiskinan di Kalimantan Selatan dengan membimbing pemuda sebagai wirausaha yang kreatif.

4. Struktur Organisasi

Struktur organisasi adalah susunan unit-unit kerja dalam organisasi. Struktur organisasi pada Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar memakai struktur organisasi lini/garis dengan tanggung jawab masing-masing.

Gambar. 4.1 Susunan Kepengurusan Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin Tahun 2022



Sumber: Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin

5. Sarana dan Prasarana

Sarana dan prasarana yang ada di Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar ini adalah sebagai berikut:

- a. Ruang sekretariat
- b. Ruang asrama
- c. Ruang dapur dan ruang makan
- d. Ruang belajar
- e. *Showroom* hasil produk olahan
- f. Ruang aula
- g. Ruang konsultasi
- h. Kendaraan roda 4 sebanyak 1 buah
- i. Kendaraan roda 2 sebanyak 2 buah
- j. *Musholla*

Adapun bangunan yang ditempati merupakan kontrak/sewa karena Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar belum mempunyai tempat secara mandiri.

B. Penyajian Data

1. Implementasi *Green Marketing*

a. Aspek *Green Product*

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin bergerak di bidang kerajinan

tangan berbasis ramah lingkungan. Jadi semua produk yang dihasilkan di yayasan ini merupakan produk ramah lingkungan, seperti sasirangan warna alam, *eco print*, produk daur ulang, dan anyaman purun. Berikut produk-produk yang dihasilkan Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin, yaitu:

1) Sasirangan Warna Alam

Menurut Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin, sasirangan warna alam adalah kain sasirangan yang diwarnai dengan pewarna yang berasal dari alam. Pewarna alam tersebut ada yang diolah sendiri oleh Yayasan, dan ada juga yang dibeli dari luar pulau Kalimantan, seperti warna indigofera itu dibeli dari pulau Jawa karena tanamannya sulit ditemukan di Kalimantan. Sedangkan pewarna yang dibuat sendiri oleh Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin, seperti kayu ulin, kulit rambutan, kunyit, dan kulit manggis karena tanamannya mudah ditemukan di Kalimantan Selatan. Tujuan Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin menggunakan pewarna alam tentu saja agar ramah terhadap lingkungan. Pada produksi sasirangan warna alam tidak banyak menimbulkan limbah, hanya air bekas perendaman warna kain saja, menggunakan pewarna alam tidak berbahaya bagi sungai, oleh karena itu untuk pembuangan limbah warna alam aman saja dibuang ke

sungai.⁴⁸ Macam-macam bahan warna alam yang digunakan oleh Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin, yaitu:

- a) Kunyit, temulawak, kayu bangkal/teger yang menghasilkan warna kuning
- b) Kayu secang menghasilkan warna merah muda atau ungu
- c) Kulit rambutan menghasilkan warna hitam dan abu-abu
- d) Kayu ulin/kayu besi menghasilkan warna coklat, merah bata dan abu-abu
- e) Kulit manggis menghasilkan warna mocca/cream.
- f) Indigofera menghasilkan warna biru

Gambar. 4.2 Bahan Pewarna Alam di Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin



Sumber: Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin

Menurut Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin, warna yang dihasilkan dari pewarna alam terlihat lebih *soft* (kalem) dibandingkan dengan pewarna

⁴⁸ Bapak Anan: Pengrajin Sasirangan Warna Alam, Wawancara dan Observasi Secara Langsung. (Senin, 10 Oktober 2022).

tekstil yang cenderung lebih cerah. Proses pewarnaan dengan pewarna alam terbilang cukup rumit dibandingkan dengan menggunakan pewarna tekstil, karena kain sasirangan yang diwarnai menggunakan pewarna alam harus melakukan proses perendaman warna sebanyak 3 kali supaya warna yang muncul nampak jelas. Produk-produk yang dihasilkan dari sasirangan warna alam yaitu kemeja, kaos, *blazer*, tas wanita, jilbab, *pouch*, *outer kimono*, hingga sepatu.

Menurut Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin, sebelum masuk ke tahap pewarnaan, kain sasirangan yang sudah dijelujur itu direbus dulu dengan campuran tawas untuk menghilangkan lilin di kain (proses tersebut dinamakan morgan) yang dilakukan selama 15 menit agar kain bisa menyerap pewarna alam tersebut. Kemudian lanjut ke tahap pewarnaan sesuai warna dan takaran yang sudah ditetapkan. Untuk pewarnaannya dilakukan berulang sampai 3 kali, supaya warnanya nampak bagus. Setelah itu, kain dikeringkan dengan cara dijemur di bawah terik panas matahari. Menurut Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin, limbah air pewarnaan kain sasirangan yang sudah dipakai tersebut, bisa langsung dibuang ke sungai karna aman saja bagi sungai, warna tersebut tidak mengandung zat-zat berbahaya yang bisa merusak sungai. Untuk kesulitan yang

dialami dalam proses pembuatan kain sasirangan warna alam hanya perlu kesabaran karena harus dilakukan secara berulang-ulang supaya warnanya jelas dan bagus.⁴⁹

2) Produk *Eco Print*

Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin juga membuat produk dengan teknik *eco print*. Menurut Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin, *eco print* adalah teknik mempola kain menggunakan bahan pewarna alami. Warna alami tersebut ditransfer dari warna tanaman-tanaman yang berserat. Tanaman yang digunakan oleh yayasan ini untuk membuat *eco print* yaitu daun jati, daun pepaya, daun singkong, dan berbagai macam bunga. Ciri khas *eco print* ada pada warnanya yang *soft*, sehingga sangat cocok bagi kepribadian yang kalem dan tidak suka warna menonjol.

Proses *eco print* yang dilakukan di yayasan ini, pertama-tama daun atau bunga yang mau ditempelkan ke kain direndam terlebih dahulu menggunakan air panas dan dicampur dengan air cuka selama 30 menit. Setelah itu, kain polos yang mau digunakan untuk *eco print* dilipat setengahnya dan mulai meletakkan satu persatu daun yang sudah direndam dengan air cuka tadi di atasnya sesuai motif yang diinginkan. Kemudian,

⁴⁹ Bapak Husnul Yakin: Pengrajin Sasirangan Warna Alam, Wawancara dan Observasi Secara Langsung. (Senin, 10 Oktober 2022).

setengah kain yang sudah diletakkan dengan daun tadi ditutup dengan setengah kain polos yang tidak ditemplei apapun. Setelah itu, kain tersebut dilapisi dengan plastik bening dan digulung. Setelah digulung dengan pipa, kain tersebut diikat dengan tali dan dikukus selama 30 menit. Nanti corak dan warna akan muncul pada selembar kain setelah dikukus. Menurut Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin, *eco print* merupakan produk ramah lingkungan karena menggunakan pewarna alami. Jadi, untuk limbah sisa pewarnaan, aman bagi lingkungan. Limbahnya pun bisa langsung dibuang karena tidak merusak lingkungan, bahkan bisa dijadikan pupuk tanaman.⁵⁰ Produk yang dihasilkan yayasan ini dari teknik *eco print* mulai dari *weitsbag*, kemeja, tas wanita, pouch, jilbab, sampai aksesoris, dan lain-lain.

Gambar. 4.3 Proses *Eco Print* di Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar



Sumber: Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin

⁵⁰ Bapak Anan: Pengrajin *Eco Print*, Wawancara dan Observasi Secara Langsung. (Selasa, 11 Oktober 2022).

3) Produk Daur Ulang

Proses untuk menjadikan suatu bahan bekas menjadi bahan baru yang memiliki nilai jual dan bernuansa seni disebut proses daur ulang. Menurut Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin, tujuan dari daur ulang sampah adalah untuk membantu mengurangi jumlah sampah yang berkembang. Salah satu usaha penanganan limbah di lingkungan adalah melalui daur ulang, karena daur ulang memanfaatkan atau menggunakan kembali sampah-sampah yang telah dibuang. Hampir semua barang yang ada di yayasan ini adalah barang daur ulang yang diolah menjadi berguna dan memiliki nilai jual. Produk yang dihasilkan Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin dari bahan bekas, yaitu:

- a) Drum bekas menjadi kursi
- b) Ban mobil bekas menjadi sofa
- c) Sampah plastik menjadi tas
- d) Handuk bekas dicampur adonan semen dan lem menjadi vas bunga
- e) Kayu limbah menjadi meja ataupun rak hias.

Untuk bahan-bahan sampah plastik, dikumpulkan sendiri oleh Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin melalui kegiatan penukaran sampah plastik dengan sembako. Jadi, bagi orang yang mau menukarkan sampah plastik

bekasnya di Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin, akan ditukarkan dengan produk kebutuhan sehari-hari seperti minyak goreng, beras, dan bahan sembako lainnya. Namun, adapula barang bekas yang didapat dari bank-bank sampah di Banjarmasin seperti botol bekas, ban bekas, dan lain-lain.⁵¹

Gambar. 4.4 Penukaran Sampah Plastik Dengan Sembako di Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar



Sumber: IG Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin

4) Produk Anyaman Purun

Menurut Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin, jenis tumbuhan rumput yang hidup liar di dekat air atau rawa yang mempunyai kandungan asam tinggi adalah

⁵¹ Bapak Husnul Yakin: Pengrajin Produk Daur Ulang, Wawancara dan Observasi Secara Langsung. (Selasa, 11 Oktober 2022)

tanaman purun. Jenis purun tikus/mendong (*Eleocharis dulcis*), purun danau (*Lepironia articulata Retz*), dan purun bajang adalah jenis tanaman purun yang banyak tumbuh di Kalimantan Selatan. Di yayasan ini, tanaman purun dijadikan sebagai bahan baku pembuatan kerajinan dari anyaman. Anyaman purun merupakan produk ramah lingkungan, karena berbahan dasar dari alam dan tidak menghasilkan limbah. Produk yang dihasilkan Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin dari anyaman purun, yaitu tikar, topi, dan tas dengan beragam motif *modern* atau kekinian sehingga menghasilkan produk yang bernilai estetik dan memiliki nilai daya jual tinggi. Tas purun dijadikan sebagai alternatif pengganti kantong plastik, karena lebih ramah lingkungan dan meminimalisir limbah sampah plastik sejalan dengan peraturan Wali Kota nomor 18/2016 tentang larangan penggunaan kantong plastik yang berlaku sejak 1 Juni 2016 lalu. Untuk desain bisa custom sesuai selera konsumen. Masyarakat zaman dahulu di kota Banjarmasin menjadikan tanaman purun sebagai bahan baku pembuatan bakul yang digunakan sebagai tas saat berbelanja. Sebelum dibuat untuk

anyaman, tanaman purun harus dikeringkan dulu untuk memudahkan pengrajin untuk membuat anyaman.⁵²

Gambar. 4.5 Proses Anyaman Purun di Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar



Sumber: Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin

b. Aspek *Green Price*

Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin menetapkan harga produk sesuai dengan biaya produksi yang dikeluarkan seperti dari jenis bahan dan kerumitan proses pembuatan. Yayasan ini bekerjasama dengan berbagai mitra usaha. Untuk harga produk yang bekerjasama dengan kemitraan berbeda-beda. Namun, untuk harga yang ada di *gallery* Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin tetap sama dengan harga awal.⁵³

⁵² Ibu Ariyah: Pengrajin Anyaman Purun, Wawancara dan Observasi Secara Langsung. (Senin, 03 Oktober 2022).

⁵³ Siti Hasnah: Staf Administrasi Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin, Wawancara Secara Langsung. (Senin, 03 Oktober 2022).

TABEL. 4.1 HARGA PRODUK DI *GALLERY*

| Jenis | Produk | Harga |
|--------------------------|---|--|
| Sasirangan Warna Alam | 1. Kaos sasirangan warna alam 2. <i>Blazer</i> sasirangan warna alam 3. <i>Outer</i> sasirangan warna alam bahan rajut 4. Jilbab sasirangan warna alam 5. <i>Pouch</i> sasirangan warna alam 6. Sepatu sasirangan warna alam 7. Tas sairangan warna alam | Rp. 100.000,- Rp. 350.000,- Rp. 450.000,- Rp. 55.000,- Rp. 75.000,- Rp. 350.000,- Rp. 175.000,- |
| Eco-Print | 1. Kemeja <i>eco print</i> 2. Kaftan <i>eco print</i> kombinasi tenun lurik 3. Jaket model outer <i>eco print</i> 4. Kalung aksesoris <i>eco print</i> 5. <i>Weistbag eco print</i> 6. Sepatu <i>eco print</i> 7. Tas <i>eco print</i> 8. <i>Pouch eco print</i> | Rp. 550.000,- Rp. 550.000,- Rp. 400.000,- Rp. 85.000,- Rp. 85.000,- Rp. 350.000,- Rp. 225.000,- Rp. 125.000,- |
| Produk daur ulang sampah | 1. Tas daur ulang sampah plastik 2. Kursi dan meja dari barang bekas | Rp. 150.000,- Harga sesuai pesanan desain yang diminta |
| Anyaman purun | 1. Tas purun original 2. Tas purun kombinasi <i>eco print</i> dan sasirangan warna alam | Rp. 30.000,- Rp. 175.000,- |

Sumber: Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin

c. Aspek *Green Place*

Central Workshop Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin terletak di Komplek Abadi Sentosa Blok A No. 28 Jalan Tembus Mantuil, Basirih Selatan, Kecamatan Banjarmasin Selatan. Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin memiliki prosedur pemeliharaan fasilitas dan peralatan produksi, menyediakan tempat mencuci tangan, dan semua karyawan wajib menggunakan masker serta menjaga kebersihan. Alat transportasi yang digunakan Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin

untuk distribusi adalah kendaraan roda 2 dan 4. Para pengrajin yang ada di Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin berasal dari macam-macam daerah di Banjarmasin, yaitu dari daerah Kelayan, Mantuil, Basirih, Agraria, Teluk Dalam, Jl. Pramuka, Anjir, dan lain-lain. Dirumah pengrajin tersebut juga dilengkapi fasilitas dalam membuat produk yang ditekuni, contohnya Ibu Masrupah yang merupakan pengrajin anyaman dan penjahit yang beralamat di Kelayan difasilitasi dengan mesin jahit, bahan-bahan anyaman dan beberapa produk-produk dari Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar juga dipajang disana, begitu pula dengan pengrajin yang lainnya. Jadi, sebagian produk dari Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin juga bisa ditemukan di rumah-rumah para pengrajin.

Tidak banyak limbah produksi yang dihasilkan oleh Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin. Untuk limbah air sisa sasirangan warna alam yang diproduksi yayasan ini dibuang ke sungai saja, karena aman dan tidak mengandung zat berbahaya. Untuk sampah-sampah lain seperti potongan-potongan kain, itu dimanfaatkan lagi karena bisa dibuat menjadi kombinasi produk lainnya. Jadi, di yayasan ini tidak ada sampah yang dibuang sia-sia. Oleh karena itu, peneliti melihat lokasi *central workshop* Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin dinilai bersih.

d. Aspek *Green Promotion*

Tujuan promosi yang dilakukan Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin adalah memperkenalkan dan memasarkan produk sekaligus mengedukasi masyarakat tentang kesehatan dan kelestarian lingkungan. Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin sering mengikuti pameran, *bazar* atau kegiatan *event* lainnya untuk mempromosikan produk. Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar juga sering menyelenggarakan pelatihan gratis (*workshop*) pembuatan sasirangan warna alam, *eco print*, anyaman, dan produk dari daur ulang sampah kepada masyarakat umum dan juga mahasiswa.

Promosi produk dilakukan lewat media sosial seperti *instagram*, dan *whatsapp* serta bekerjasama dengan instansi dan mitra usaha lainnya seperti Dinas Perindustrian dan Perdagangan Banjarmasin, Sarinah Jakarta Pusat, Dinas Lingkungan Hidup, Hotel, dan Bandara.. Selain dipasarkan di Indonesia, produk-produk dari Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin juga dipasarkan ke Jepang, Korea, Singapura, Nepal, dan Malaysia.⁵⁴ Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin juga menerima tawaran menjadi narasumber dalam suatu acara. Misalnya acara Kick Andy, dan acara *workshop*.

⁵⁴ Siti Hasnah: Staf Administrasi Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin, Wawancara Secara Langsung. (Selasa, 11 Oktober 2022).

2. Faktor Pendukung dan Penghambat

Faktor pendukung penerapan *green marketing* di Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin, yaitu:

a. Faktor Internal

1) Mempunyai Sumber Daya Manusia (SDM) yang Sama-sama Peduli Terhadap Lingkungan

Penerapan *green marketing* di Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin sejalan dengan misi para sumber daya manusia yang sama-sama peduli terhadap isu lingkungan. Para pengrajin berharap, kegiatan usaha dari proses produksi sampai limbah yang dihasilkan tidak membahayakan lingkungan dan alam. Oleh karena itu, SDM sangat mendukung penuh penerapan *green marketing* di Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin ini.

2) Semangat yang Tinggi Dalam Berkarya dan Berinovasi

Para pengrajin di Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin sangat kreatif dan inovatif. Mereka mempunyai semangat yang tinggi dalam berkarya. Mulai dari desain, motif, dan warna dalam membuat produk sangat beragam. Bahkan, antara produk yang satu dengan yang lain tidak boleh ada yang sama motifnya. Hal ini, menjadi ciri khas tersendiri

dari produk-produk yang dihasilkan para pengrajin di Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin

b. Faktor Eksternal

1) Didukung Oleh Berbagai Kalangan dan Instansi

UMKM Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin didukung oleh berbagai kalangan dan instansi. Diantaranya, Wali kota Banjarmasin bapak Ibnu Sina mendukung penuh dan mengapresiasi hasil produk dari Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar yang mampu bersaing dipasaran dan ikut serta mendukung Peraturan Wali Kota Nomor 18 tahun 2016 tentang Pengurangan Penggunaan Kantong Plastik dengan memproduksi bakul purun sebagai pengganti kantong plastik. Bapak Arifin, selaku pendiri Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin mengatakan bahwa salah satu pelaku *Event Organizer* (EO) asal Jakarta tertarik melakukan kerjasama dengan yayasan ini dalam pengadaan barang bila ada kegiatan nasional, Ibu-ibu dari perwakilan kecamatan juga sering mengajak kerjasama untuk melakukan pelatihan pembuatan sasirangan pewarna alam dan *eco print*.

Bapak Arifin mengatakan bahwa Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin juga kedatangan bapak Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Menkraf RI) bapak Sandiaga Uno pada Selasa 12 Juli 2022. Bapak Sandiaga Uno

sangat mendukung Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin untuk memasarkan produknya sampai menembus pasar ekspor. Selain itu, program Kick Andy juga pernah berkunjung ke Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin dan berbagi cerita inspiratif dengan pelaku UMKM di Indonesia. Selain itu, adapula PT Sarinah (persero) yang mengapresiasi Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin sebagai wadah berkarya dan berekspresi anak muda atau milenial, berkebutuhan khusus, serta masyarakat. Yayasan yang dikelola oleh bapak Arifin ini mendapat tempat di hati Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di sektor ritel turut mendukung produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) lokal unggulan untuk dipasarkan baik secara nasional maupun internasional. Produk-produk dari Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar terpajang rapi di etalase Sarinah kawasan M.H. Thamrin, Jakarta Pusat. Yayasan ini selalu mengutamakan kepercayaan dan kualitas produk, karena untuk masuk ritel sekelas Sarinah, memang benar-benar produk yang terjaga kualitas dan kontinuitas produknya.

Sementara itu, faktor penghambat atau kendala dalam penerapan *green marketing* di Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin, yaitu:

a. Faktor Internal

1) Pendekatan Terhadap Sumber Daya Manusia (SDM)

Para SDM di Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin ini terdiri dari lansia, penyandang disabilitas dan eks narapidana. Dari berbagai latar belakang SDM tersebut bapak Arifin selaku *owner* Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin sedikit mengalami kendala dalam mengenal dan membina SDM disana. Oleh karena itu, pendekatan yang dilakukan bapak Arifin kepada para SDM berbeda-beda. Selain itu, kendala lain adalah komunikasi kepada SDM penyandang disabilitas. Hal tersebut mengharuskan bapak Arifin dan sesama pengrajin untuk semangat dan tekun mempelajari bahasa isyarat agar komunikasi bisa berjalan dengan lancar.

b. Faktor Eksternal

1) Perubahan tren *fashion* yang begitu cepat

Salah satu hal yang harus selalu diperhatikan adalah perubahan tren *fashion* di zaman sekarang. Di masa kekinian tren *fashion* semakin cepat berubah, oleh karena itu, Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar selalu harus melek teknologi agar

mengetahui perkembangan dan perubahan yang terjadi. Agar produk-produk yang dihasilkan bukanlah produk yang ketinggalan zaman, dalam artian produk yang dihasilkan adalah produk yang kekinian baik dari segi motif dan desainnya.⁵⁵

3. Penerapan *Green Marketing* Sebagai Upaya *Dakwah bil Hal* Dalam Aspek Pemeliharaan Kesehatan Lingkungan

Penerapan *green marketing* merupakan aktivitas *dakwah bil hal* dalam upaya pemeliharaan kesehatan lingkungan melalui proses pemasaran. Pesan dakwah untuk senantiasa menjaga kebersihan lingkungan diharapkan dapat dicontoh dan diterapkan masyarakat dalam segala aspek kehidupan agar terciptanya lingkungan yang bersih, sehat, dan nyaman. Penerapan *green marketing* tersebut dibuktikan dengan kegiatan pemasaran yang selalu mempertimbangkan aspek lingkungan.

Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin merupakan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang melakukan *dakwah bil hal* (*dakwah* dengan tindakan nyata) melalui penerapan *green marketing* dalam menjalankan usahanya. *Dakwah bil hal* disini maksudnya ialah dalam aspek pemeliharaan kesehatan lingkungan, karena *green marketing* itu sendiri mencakup kegiatan-kegiatan yang

⁵⁵ Bapak Arifin: Pendiri Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin, Wawancara Secara Langsung. (Selasa, 04 Oktober 2022).

harus ramah lingkungan. Jadi, *dakwah bil hal* melalui penerapan *green marketing* di Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin disini adalah upaya mengajak manusia dalam menjaga kebersihan lingkungan dengan menerapkannya *green product*, *green place*, dan *green promotion* dalam menjalankan kegiatan usaha.

C. Analisis Data

Setelah menyajikan hasil penelitian, kemudian penulis akan menganalisis mengenai implementasi *green marketing* pada Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin (studi *dakwah bil hal* dalam aspek pemeliharaan kesehatan lingkungan). Dari data-data yang sudah terkumpul, penulis menyajikan dalam bentuk uraian atau penjelasan yang dilengkapi dengan keterangan-keterangan seperlunya. Penyajian data disesuaikan dengan fokus atau rumusan masalah. Berdasarkan hasil riset yang sudah dilakukan dari wawancara, observasi dan dokumentasi yang dilakukan penulis, maka dapat dianalisis hasil riset dari “Implementasi *green marketing* pada Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin (Studi *dakwah bil hal* dalam aspek pemeliharaan kesehatan lingkungan).”

1. Implementasi *Green Marketing*

Pemasaran hijau atau *green marketing* menurut *American Marketing Assosiation* (AMA) dalam Hawkins dan Mothersbhaugh

adalah suatu proses pemasaran produk yang ramah lingkungan.⁵⁶ *Green marketing* bertujuan untuk memproduksi produk yang ramah lingkungan, sehingga bisa mengurangi masalah lingkungan hidup, meminimalkan limbah bahan baku, memenuhi peraturan lingkungan hidup, dan menjalankan bauran pemasaran yang ramah lingkungan, yaitu (*green product, green price, green place, dan green promotion*). Berdasarkan hasil observasi dan wawancara diperoleh data bahwa Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin merupakan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang menerapkan *green marketing* dalam menjalankan usahanya. Berikut penerapan *green marketing* di Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin.

a. *Aspek Green Product*

Menurut Priansa, indikator produk ramah lingkungan, yaitu:

- 1) Produk mengandung bahan baku tidak merusak lingkungan.
- 2) Produk tidak mengandung bahan baku yang bisa merusak tubuh.
- 3) Limbah yang dihasilkan dari proses produksi tidak berbahaya.
- 4) Produk memiliki standar dan sertifikasi lingkungan, baik dalam level nasional maupun internasional.⁵⁷

⁵⁶ Hawkins and David L. Mothershaugh, *Consumer Behavior Building Marketing Strategy*, 11th Edition (New York: Mc Graw Hill, 2010), h. 94.

⁵⁷ Siti Fatimah dan Yustina Chrismardani, "Pengaruh Green Marketing terhadap Keputusan Pembelian Produk Sephora," *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen 2* (2022): h. 37-38

Berdasarkan data yang didapat dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi bahwa Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin telah memenuhi indikator-indikator *green product* diatas. Berikut produk-produk yang dihasilkan di Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin, yaitu:

a) Sasirangan Warna Alam

Sasirangan warna alam adalah kain sasirangan yang diwarnai dengan pewarna alam bukan dari pewarna tekstil. Tujuan penggunaan pewarna alami tentu saja agar aman terhadap lingkungan. Pada produksi sasirangan warna alam tidak banyak menimbulkan limbah, hanya air bekas perendaman warna kain saja, menggunakan pewarna alam tidak berbahaya bagi sungai. Oleh karena itu produk sasirangan warna alam termasuk *green product* karena bahan baku yang digunakan tidak berdampak buruk terhadap manusia dan alam. Selain itu, limbah yang dihasilkan tidak membahayakan lingkungan. Macam-macam bahan warna alam yang digunakan Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin, yaitu:

- (1) Kunyit, temulawak, kayu bangkal/teger yang menghasilkan warna kuning
- (2) Kayu secang menghasilkan warna merah muda atau ungu
- (3) Kulit rambutan menghasilkan warna hitam dan abu-abu

- (4) Kayu ulin/kayu besi menghasilkan warna coklat, merah bata dan abu-abu
 - (5) Kulit manggis menghasilkan warna mocca/cream.
 - (6) Indigofera menghasilkan warna biru
- b) Produk *Eco Print*

Eco print adalah teknik mempola kain menggunakan bahan alami. Cara pembuatannya, melalui kontak langsung antara tanaman yang mengandung pigmen warna dengan kain. Keunggulan teknik *eco print* adalah ramah lingkungan, bahannya mudah diperoleh karena berasal dari tumbuh-tumbuhan (seperti daun dan bunga), jadi tidak menggunakan bahan kimia. Bahan sisa *eco print* tersebut juga dapat diolah menjadi kompos sehingga tidak akan menjadi limbah yang mencemari lingkungan. Tanaman yang bisa digunakan untuk *eco print* yaitu, daun jati, daun jambu biji, daun belimbing, daun singkong dan lain-lain. Oleh karena itu produk *eco print* termasuk *green product* karena bahan yang digunakan tidak berasal dari bahan-bahan yang berbahaya, dan limbah yang dihasilkan tidak membahayakan lingkungan.

- c) Produk Daur Ulang

Proses untuk menjadikan barang bekas menjadi suatu barang baru yang memiliki nilai jual dan bernuansa seni

disebut dengan proses daur ulang. Tujuan dari daur ulang adalah untuk membantu mengurangi jumlah sampah yang berkembang. Daur ulang berperan sebagai salah satu upaya penanganan limbah di lingkungan, karena daur ulang memanfaatkan atau menggunakan kembali sampah-sampah yang telah dibuang. Untuk bahan-bahan sampah plastik, dikumpulkan sendiri oleh Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar, bagi orang yang mau menukarkan sampah plastik bekasnya disini, akan ditukarkan dengan produk kebutuhan sehari-hari seperti minyak goreng, beras, dan bahan sembako lainnya. Serta bekerjasama mendapatkan botol-botol bekas dari *bank-bank* sampah yang kemudian diproduksi menjadi barang daur ulang. Hampir semua barang yang ada di Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar ini adalah barang daur ulang yang diolah menjadi berguna dan memiliki nilai jual. Produk yang dihasilkan dari bahan bekas, yaitu:

- (1) Drum bekas menjadi kursi
- (2) Ban mobil bekas menjadi sofa
- (3) Sampah plastik menjadi tas
- (4) Handuk bekas dicampur adonan semen dan lem menjadi vas bunga
- (5) Kayu limbah menjadi meja ataupun rak hias.

d) Anyaman Purun

Jenis tumbuhan rumput yang hidup liar di dekat air atau rawa yang mempunyai kandungan asam tinggi adalah tanaman purun. Jenis purun tikus/mendong (*Eleocharis dulcis*), purun danau (*Lepironia articulata Retz*), dan purun bajang adalah jenis tanaman purun yang banyak tumbuh di Kalimantan Selatan. Tanaman purun digunakan sebagai bahan baku kerajinan anyaman. Anyaman purun merupakan produk ramah lingkungan, karena berbahan dasar dari alam dan tidak menimbulkan limbah. Produk yang dihasilkan dari anyaman purun yaitu tikar, topi, dan tas dengan beragam motif modern/kekinian sehingga menghasilkan produk yang bernilai estetik dan memiliki nilai daya jual tinggi. Tas purun dijadikan sebagai alternatif pengganti kantong plastik sehingga lebih ramah lingkungan dan meminimalisir limbah sampah plastik sejalan dengan peraturan Wali Kota nomor 18/2016 tentang larangan penggunaan kantong plastik yang berlaku sejak 1 Juni 2016 lalu.

b. Aspek *Green Price*

Menurut Rao dan Bergen dalam Priansa menyatakan bahwa *Green Price* adalah harga yang dibayar oleh pelanggan terhadap produk yang memiliki nilai tambah yaitu ramah lingkungan. Indikator *green price* yaitu harga yang ditentukan dan dibayar

sesuai dengan nilai atau manfaat dari produk tersebut.⁵⁸ Dalam menetapkan harga suatu produk, Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin mempertimbangkan bahan, proses, dan manfaat dari produk. Pada umumnya, harga dari produk ramah lingkungan akan dijual dengan harga yang lebih tinggi, karena dalam memperoleh bahan-bahan dan proses pembuatannya cukup rumit. Oleh karena itu, harga produk-produk Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin lumayan mahal. Berikut harga produk di *gallery* Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin:

TABEL 4.2 HARGA PRODUK DI *GALLERY*

| Jenis | Produk | Harga |
|-----------------------------|---|--|
| Sasirangan Warna Alam | 1. Kaos sasirangan warna alam 2. <i>Blazer</i> sasirangan warna alam 3. <i>Outer</i> sasirangan warna alam bahan rajut 4. Jilbab sasirangan warna alam 5. <i>Pouch</i> sasirangan warna alam 6. Sepatu sasirangan warna alam 7. Tas sairangan warna alam | Rp. 100.000,- Rp. 350.000,- Rp. 450.000,- Rp. 55.000,- Rp. 75.000,- Rp. 350.000,- Rp. 175.000,- |
| Eco-Print | 1. Kemeja <i>eco print</i> 2. Kaftan <i>eco print</i> kombinasi tenun lurik 3. Jaket model <i>outer eco print</i> 4. Kalung aksesoris <i>eco print</i> 5. <i>Weistbag eco print</i> 6. Sepatu <i>eco print</i> 7. Tas <i>eco print</i> 8. <i>Pouch eco print</i> | Rp. 550.000,- Rp. 550.000,- Rp. 400.000,- Rp. 85.000,- Rp. 85.000,- Rp. 350.000,- Rp. 225.000,- Rp. 125.000,- |
| Produk daur ulang sampah | 1. Tas daur ulang sampah plastik 2. Kursi dan meja dari barang bekas | Rp. 150.000,- Harga sesuai pesanan desain yang diminta |
| Anyaman purun | 1. Tas purun original | Rp. 30.000,- Rp. 175.000,- |

⁵⁸ Ibid.

| | | |
|--|---|--|
| | 2. Tas purun kombinasi <i>eco print</i> dan sasirangan warna alam | |
|--|---|--|

Sumber: Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin

Produk kain sasirangan pewarna alam harganya lebih mahal dibandingkan sasirangan biasa, karena sasirangan warna alam mempunyai keunggulan lebih dibandingkan dengan sasirangan biasa. Pewarna alami jauh lebih ramah lingkungan dibandingkan pewarna tekstil sehingga aman juga dipergunakan oleh pemakainya. Selain itu, yang mempengaruhi harganya adalah dari segi kerumitan motifnya. Bapak Arifin mengatakan bahwa “Semakin rumit motifnya, semakin mahal juga harganya.” Motif kain sasirangan pewarna alam di Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar semuanya berbeda-beda, jadi satu motif pun tidak ada yang sama kecuali ada permintaan pelanggan untuk pesanan kelompok. Hal itulah yang menjadi keunikan sasirangan pewarna alam di Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin.

Produk *eco print* harganya lebih mahal dibandingkan teknik *printing* biasa. Produk *eco print* lebih ramah lingkungan karena menggunakan bahan pewarna dari alam. Motif yang dihasilkan juga unik, bahkan tidak ada satu motif pun yang sama dengan yang lain. Sehingga dalam membuat motifnya perlu seni dan ketekunan. Hal itulah yang membuat produk *eco print* bisa bernilai mahal. Begitupula dengan produk daur ulang sampah dan anyaman purun yang ada di Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar dibuat dengan motif

kekinian dan semua produk-produk yang ada di Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar sangat menjaga kualitas dan kepercayaan pelanggan serta bahan-bahan yang dipilih adalah bahan-bahan dengan kualitas terbaik.

c. *Aspek Green Place*

Menurut Kotler dan Armstrong menjelaskan bahwa *green place* adalah kemampuan perusahaan dalam menyediakan fasilitas dan tempat yang ramah lingkungan seperti transportasi dan distribusi yang ramah lingkungan, tidak memberikan emisi pada lingkungan, tidak boros sumber daya dan juga menyediakan toko atau tempat yang ramah lingkungan dengan pemakaian energi yang secukupnya.⁵⁹ Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin yang beralamat di Komplek Abadi Sentosa Blok A No. 28 Jalan Tembus Mantuil, Basirih Selatan, Kecamatan Banjarmasin Selatan menunjukkan adanya prosedur mengenai *green place* seperti prosedur pemeliharaan fasilitas dan peralatan produksi, dilengkapi juga dengan tempat mencuci tangan, dan semua karyawan wajib menggunakan masker serta menjaga kebersihan. Untuk menjaga kebersihan fasilitas produksi selalu dilakukan pengecekan dan perawatan setelah dipakai.

⁵⁹ Eneizan Wahab, "Effect Of Green Marketing Strategy On The Financial And Non-Financial Performance Of Firms: A Conceptual Paper," *Arabian Journal Of Business and Management Review University Sains Islam Malaysia* vol 6, (2016): h. 4.

Pada produksi sasirangan warna alam tidak banyak menimbulkan limbah, hanya air bekas perendaman warna kain saja, menggunakan pewarna alam tidak berbahaya bagi sungai, jadi di Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar untuk pembuangan limbah air sisa warna kain dibuang ke sungai. Untuk sampah-sampah lain seperti potongan-potongan kain, itu dimanfaatkan lagi karena bisa dibuat menjadi kombinasi produk yang lain. Selain itu, untuk bahan sisa *eco print* dapat diolah menjadi kompos sehingga tidak akan menjadi limbah yang mencemari lingkungan. Tanggapan masyarakat setempat juga tidak ada yang merasa keberatan dan tidak mengalami dampak negatif dari pembuangan limbah produksi di Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin.

Dalam aspek saluran distribusi, Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin menggunakan transportasi kendaraan. Berdasarkan hasil observasi, menurut peneliti untuk lokasi *central workshop* dari Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar masih kurang strategis karena letaknya jauh dari perkotaan sehingga belum menerapkan *green distribution* mengenai penghematan dan aman dalam pemakaian alat distribusi pengantaran produk. Namun sebagai solusi alternatif, untuk beberapa produk-produk Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin juga ada tersedia di rumah-rumah pengrajin di Kelayan, Mantuil, Basirih, Agraria, Teluk Dalam, Jl. Pramuka sehingga memudahkan pembeli menuju lokasi

terdekat untuk melihat dan membeli produk dari Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin.

d. Aspek *Green Promotion*

Menurut Kotler dan Armstrong menyatakan bahwa promosi adalah upaya kegiatan perusahaan dalam memperkenalkan dan memasarkan produk kepada calon konsumen. *Green Promotion* adalah promosi yang dilakukan untuk mengubah pandangan masyarakat tentang produk yang ramah lingkungan dengan teknik promosi yang juga ramah lingkungan seperti menggunakan media internet dan media elektronik daripada menggunakan media cetak. Adapun indikator *green promotion* menurut Kotler dan Armstrong, diantaranya:

- 1) Komunikasi yang jelas untuk menginformasikan karakteristik produk tersebut,
- 2) *Eco label* dari kemasan sebagai pengidentifikasi utama produk. *Eco label* adalah simbol, tanda, nama atau desain yang berbasis lingkungan untuk mengidentifikasi produk dari satu penjual atau kelompok penjual untuk membedakan produk dari pesaing.
- 3) Pesan umum dan informasi produk yang ramah lingkungan.⁶⁰

⁶⁰ Dangelico dan Vocalelli, "Green Marketing: An Analysis of Definitions, Strategy Steps, and Tools Through a Systematic Review of the Literature," *Journal of Cleaner and Production*, 165 (2017): h. 1263-1279.

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi bahwa penerapan *green promotion* di Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin, yaitu:

- 1) Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin memuat karakteristik dan keterangan setiap produk pada *barcode* yang telah disediakan di label merek produk yang bisa diakses oleh semua orang.
- 2) Mengenai *eco label*, Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar belum menerapkan *eco label*, hanya ada logo dari merek “Rumah Kreatif dan Pintar.” Namun, sebagai solusi alternatif Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin ada memuat istilah “100% *Handmade Natural Dying By Local Craftsman* untuk memberikan daya tarik dan meyakinkan konsumen.”
- 3) Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin juga memberikan pesan umum dan informasi produk ramah lingkungan serta sering mengajak untuk bersama-sama menjaga kebersihan lingkungan melalui akun instagram @rumahkreatifdanpintar74.

Untuk *green promotion*, Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin menggunakan teknologi seperti *Instagram* dan *Whatsapp Business*. Selain memanfaatkan pemasaran *digital*, Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin juga bermitra dengan beberapa usaha, lembaga dan instansi salah satunya adalah

Sarinah, Jakarta Pusat. Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar juga sering menyelenggarakan pelatihan (*workshop*) gratis pembuatan sasirangan warna alam, *eco print*, anyaman, dan produk dari daur ulang sampah kepada masyarakat umum dan juga mahasiswa, sekaligus promosi dan mengedukasi masyarakat tentang kebersihan lingkungan dan mencintai produk-produk ramah lingkungan. Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin juga menerima tawaran menjadi narasumber dalam berbagai kegiatan sekaligus melakukan promosi.

Berkaitan dengan *green marketing*, maka Grant mengkategorikan seberapa hijau aktivitas perusahaan, yaitu:⁶¹

1) *Green*

Tujuannya adalah untuk mengkomunikasikan dan mempresentasikan *brand* atau perusahaan yang peduli terhadap lingkungan.

2) *Greener*

Selain komersialisasi, tujuan perusahaan juga untuk lingkungan hidup. Perusahaan berupaya untuk mengubah konsumsi atau gaya penggunaan konsumen.

⁶¹ John Grant, *The Green Marketing Manifesto*, (England: John Wiley & Sons Ltd, 2007), h. 12.

3) *Greenest*

Perusahaan ada upaya untuk mengubah budaya konsumen kearah yang lebih peduli lingkungan. Dengan mensosialisasikan pentingnya selalu menjaga kebersihan kepada masyarakat.

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil observasi dan wawancara bahwa promosi yang dilakukan oleh Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin adalah tergolong aktivitas *greenest* karena dari salah satu postingan promosi di instagram Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin berusaha merubah kebiasaan masyarakat terhadap lingkungan. Postingan instagram yang dimaksud peneliti yaitu:

Gambar. 4.6 Penukaran Sampah Plastik Dengan Sembako di Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin



Sumber: @rumahkreatifdanpintar74

Dari gambar tersebut ada tertera kalimat “stop sampah plastik, selamatkan bumi kita, mari kita saling peduli untuk mengurangi sampah plastik sebagai wujud kontribusi kita kepada lingkungan.” Jadi, Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin berusaha merubah budaya masyarakat terhadap penggunaan kantong plastik dan mengadakan kegiatan penukaran sampah plastik dengan bahan pokok makanan. Sampah plastik yang telah terkumpul akan didaur ulang menjadi barang yang lebih berguna seperti tas wanita, aksesoris, dan lain-lain. Oleh karena itu, berdasarkan hasil wawancara dan observasi, Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin telah menerapkan *green promotion* dalam memasarkan produk dan penerapan *green marketing* di Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin tergolong sebagai aktivitas *greenest* yang berarti merubah budaya masyarakat terhadap lingkungan kearah yang lebih baik.

2. Faktor Pendukung dan Penghambat

Arti faktor menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), adalah hal atau keadaan yang mempengaruhi dan menyebabkan terjadinya sesuatu. Faktor pendukung adalah faktor yang sifatnya turut mendukung, melancarkan, menunjang terjadinya sesuatu. Sementara faktor penghambat adalah faktor yang sifatnya menghalangi atau menghambat bahkan menahan terjadinya sesuatu.

a. Faktor Pendukung

Berdasarkan wawancara dengan informan, diperoleh data bahwa faktor pendukung penerapan *green marketing* di Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin, yaitu:

- 1) Mempunyai Sumber Daya Manusia (SDM) yang sama-sama peduli terhadap lingkungan

Pengurus dan pengrajin di Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin memiliki kepedulian yang sama terhadap isu lingkungan. Hal tersebut menjadi faktor pendukung penerapan *green marketing* berjalan dengan baik. Para SDM berharap, dengan bergabung menjadi pengrajin di Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin dapat ikut serta mewujudkan keinginan mereka untuk menjaga kebersihan dan kelestarian lingkungan alam khususnya di kota Banjarmasin.

- 2) Semangat yang tinggi dalam berkarya dan berinovasi

Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin mempunyai pengrajin yang inovatif dan kreatif dalam membuat desain, motif, dan warna produk. Antara produk yang satu dengan yang lain tidak boleh ada yang sama motifnya. Hal ini, menjadi ciri khas tersendiri dari produk-produk yang dihasilkan pengrajin. Semua SDM mempunyai semangat dalam menerapkan *green marketing*. Hal tersebut menjadi faktor pendukung penerapan *green marketing* di

Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin berjalan dengan baik.

3) Didukung oleh berbagai kalangan dan instansi

Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar didukung oleh berbagai kalangan dan instansi. Hal tersebut menjadi faktor pendukung penerapan *green marketing* di Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin berjalan dengan baik. Diantaranya, Wali kota Banjarmasin bapak Ibnu Sina yang mendukung penuh dan mengapresiasi hasil produk dari Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin sudah mampu bersaing di pasaran, dan bersedia ikut mendukung Perwali Nomor 18 tahun 2016 tentang Pengurangan Penggunaan Kantong Plastik dengan memproduksi bakul purun.

Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar juga kedatangan bapak Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Menkraf) bapak Sandiaga Uno, pada Selasa 12 Juli 2022. Selain itu, Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar juga kedatangan acara program Kick Andy untuk meliput acara inspirasi pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Kalimantan Selatan. Adapula PT Sarinah (persero) yang mengapresiasi Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin. Wadah berkarya dan berekspresi anak muda dan milenial, berkebutuhan khusus, serta masyarakat yang dikelola bapak Arifin kini mendapat

tempat di hati Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di sektor ritel turut mendukung produk UMKM lokal unggulan untuk dipasarkan baik secara nasional maupun internasional. Produk-produk dari Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin terpajang rapi di etalase Sarinah kawasan M.H. Thamrin, Jakarta Pusat.

b. Faktor Penghambat

Berdasarkan wawancara dengan informan, diperoleh data bahwa faktor penghambat penerapan *green marketing* di Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin, yaitu:

1) Pendekatan kepada Sumber Daya Manusia (SDM)

Para pengurus dan pengrajin di Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin terdiri dari berbagai macam latar belakang, diantaranya lansia, ibu rumah tangga, penyandang disabilitas, dan eks narapidana. Oleh karena itu, pendekatan yang dilakukan bapak Arifin kepada para SDM berbeda-beda. Salah satu kendala dalam aspek komunikasi adalah kepada SDM penyandang disabilitas. Hal tersebut mengharuskan bapak Arifin dan pengrajin-pengrajin yang lain untuk semangat dan tekun mempelajari bahasa isyarat agar komunikasi bisa berjalan dengan lancar.

2) Perubahan tren *fashion* yang begitu cepat

Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin juga mengalami kendala dalam melihat perubahan tren *fashion* yang begitu cepat. Di zaman yang kekinian, banyak sekali produk-produk baru yang inovatif dan kreatif, jadi sebisa mungkin baik pengurus atau pengrajin selalu harus *update* tentang tren *fashion* supaya produk yang mereka keluarkan tidak ketinggalan zaman. Oleh karena itu, Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin mempelajari media sosial agar mengetahui perkembangan dan perubahan yang terjadi.⁶²

3. Keterkaitan Implementasi *Green Marketing* dengan *Dakwah Bil Hal* yang dilakukan oleh Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin

Penerapan *green marketing* di Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin merupakan kegiatan *dakwah bil hal* dalam upaya pemeliharaan kesehatan lingkungan. Dengan menerapkan *green marketing* diharapkan dapat menarik perhatian khususnya masyarakat Banjarmasin untuk lebih peka terhadap lingkungan dan bisa bersama-sama menjaga alam dan kesehatan lingkungan. *Dakwah bil hal* tersebut dibuktikan dengan proses kegiatan penerapan *green marketing* yang dilakukan oleh Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin, diantaranya dalam aspek produk ramah lingkungan/*green produk*,

⁶² Bapak Arifin: Pendiri Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin, Wawancara Secara Langsung. (Selasa, 04 Oktober 2022).

harga ramah lingkungan/*green price*, tempat ramah lingkungan/*green place*, dan promosi yang ramah lingkungan/*green promotion*. Allah swt berfirman dalam Q.S Ar-Rum/30: 41.

ظَهَرَ الْفَسَادُ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ بِمَا كَسَبَتْ أَيْدِي النَّاسِ لِيُذِيقَهُمْ بَعْضَ الَّذِي عَمِلُوا لَعَلَّهُمْ
يَرْجِعُونَ

Telah tampak kerusakan di darat dan di laut disebabkan karena perbuatan tangan manusia; Allah menghendaki agar mereka merasakan sebagian dari (akibat) perbuatan mereka, agar mereka kembali (ke jalan yang benar).⁶³

Selain itu, juga dijelaskan di dalam Q.S Al-Qashash/28: 77.

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ
إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ

Dan carilah (pahala) negeri akhirat dengan apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu, tetapi janganlah kamu lupakan bagianmu di dunia dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi. Sungguh, Allah tidak menyukai orang yang berbuat kerusakan.⁶⁴

Rasulullah saw mengajarkan agar umat Islam menjadi pelopor dalam menjaga kebersihan, baik kebersihan jasmani, rohani, maupun lingkungan, karena ajaran Islam sangat memperhatikan masalah

⁶³ Terjemah Kemenag 2022.

⁶⁴ Ibid.

lingkungan ini. Dalam H.R Tirmidzi. (No. 2799 Maktabatu Al Maarif Riyadh), dijelaskan bahwa:

عَنْ سَعْدِ بْنِ أَبِي وَقَّاصٍ عَنْ أَبِيهِ عَنِ النَّبِيِّ ﷺ : إِنَّ اللَّهَ طَيِّبٌ يُحِبُّ
الطَّيِّبَ نَظِيفٌ يُحِبُّ النَّظَافَةَ كَرِيمٌ يُحِبُّ الْكِرَامَ حَوَادُّهُ يُحِبُّ الْحُودَ
فَنَظِّفُوا أَفْنِيَّتَكُمْ (رواه الترمذی)

Diriwayatkan oleh Sa'ad bin Abi Waqas dari bapaknya, dari Rasulullah saw: Sesungguhnya Allah SWT itu suci yang menyukai hal-hal yang suci, Dia Maha Bersih yang menyukai kebersihan, Dia Maha Mulia yang menyukai kemuliaan, Dia Maha Indah yang menyukai keindahan, karena itu bersihkanlah tempat-tempatmu." (HR. Tirmidzi).

Ayat Al-Qur'an dan Hadits diatas menjelaskan bahwa penting bagi kita untuk menjaga serta melestarikan lingkungan alam. Maksudnya, jika ingin melakukan sesuatu harus dipikirkan dengan matang terlebih dahulu mengenai akibat yang akan ditimbulkan agar tidak terjadi hal-hal yang merusak lingkungan. Dapat disimpulkan bahwa penerapan *green marketing* sekaligus menjadi upaya *dakwah bil hal*, karena masalah lingkungan tidak bisa hanya menggunakan ajakan lisan atau nasehat saja, harus ada tindakan langsung, salah satunya melalui penerapan *green marketing* tersebut. Maka penerapan *green marketing* di Yayasan Rumah Kreatif dan Pintar Banjarmasin diharapkan merupakan salah satu langkah efektif untuk menjaga lingkungan dan alam, karena didalam *green marketing* tersebut terdapat alat pemasaran yang mempertimbangkan aspek lingkungan, yaitu *green product*, *green price*, *green place*, dan *green promotion*.