

## Strategi pemasaran sosial dalam meningkatkan partisipasi masyarakat terhadap Layanan Lumpur Tinja Terjadwal (L2T2) di Kabupaten Probolinggo

Dodik Hermansyah<sup>1\*</sup>, Martaleni<sup>2</sup>, Gunadi<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Gajayana Malang, Indonesia

e-mail: [dodikhermansyah1@gmail.com](mailto:dodikhermansyah1@gmail.com)

\*Corresponding Author.

**Abstract:** *This study aimed to analyze the implementation of social marketing strategies in increasing community participation in the Scheduled Fecal Sludge Service (L2T2) program in Probolinggo Regency. A qualitative approach with a case study design was employed. Data were collected through observations, in-depth interviews, and document analysis, and analyzed using the interactive model of Miles, Huberman, and Saldaña with source and method triangulation to ensure data credibility. The findings reveal that social marketing strategies have been implemented through program branding, direct community outreach, social media utilization, call center services, and cross-sector collaboration. However, implementation remains dominated by conventional approaches, while digital marketing has not been fully optimized. Supporting factors include government regulations, collaboration with IUWASH PLUS, inter-agency coordination, and the availability of public complaint services. Meanwhile, limited human resources, inadequate service facilities, low public awareness, the absence of a dedicated marketing team, and limited use of digital media remain the major barriers. This study concludes that strengthening digital-based social marketing strategies, multi-stakeholder collaboration, and continuous public education is essential to increase community participation and support the sustainable implementation of sanitation services.*

**Keywords:** *social marketing; scheduled fecal sludge service; community participation; sanitation; Probolinggo Regency.*

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan menganalisis implementasi strategi pemasaran sosial dalam meningkatkan partisipasi masyarakat terhadap Program Layanan Lumpur Tinja Terjadwal (L2T2) di Kabupaten Probolinggo. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña dengan triangulasi sumber dan metode untuk menjamin keabsahan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran sosial telah diterapkan melalui pembentukan identitas program, sosialisasi langsung, pemanfaatan media sosial, layanan *call center*, serta kolaborasi lintas organisasi perangkat daerah. Namun, implementasinya masih didominasi pendekatan konvensional sehingga pemanfaatan pemasaran digital belum optimal. Faktor pendukung implementasi meliputi dukungan regulasi, kolaborasi dengan IUWASH PLUS, koordinasi antarlembaga, dan tersedianya layanan pengaduan. Sebaliknya, keterbatasan sumber daya manusia, sarana pelayanan, rendahnya kesadaran masyarakat, belum adanya tim pemasaran khusus, serta minimnya pemanfaatan media digital menjadi faktor penghambat utama. Penelitian ini menyimpulkan bahwa penguatan strategi pemasaran sosial berbasis digital, kolaborasi multipihak, dan edukasi masyarakat secara berkelanjutan merupakan kunci untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dan mendukung keberhasilan implementasi layanan sanitasi yang berkelanjutan.

**Kata Kunci:** pemasaran sosial; layanan lumpur tinja terjadwal; partisipasi masyarakat; sanitasi; Kabupaten Probolinggo.

**How to Cite:** Hermansyah, D, Martaleni, M, Gunadi, G. (2025). Strategi pemasaran sosial dalam meningkatkan partisipasi masyarakat terhadap Layanan Lumpur Tinja Terjadwal (L2T2) di Kabupaten Probolinggo. *Ar-Ribhu: Jurnal Manajemen dan Keuangan Syariah*, 6 (2), 56-62. <https://doi.org/10.55210/arribhu.v6i2.2253>

### **Pendahuluan**

Pembangunan sanitasi merupakan salah satu aspek penting dalam mewujudkan kesehatan masyarakat dan pembangunan berkelanjutan. Pengelolaan air limbah domestik yang baik berperan dalam mengurangi pencemaran air tanah maupun air permukaan, sehingga mampu meningkatkan kualitas kesehatan masyarakat dan menjaga kelestarian lingkungan. Namun demikian, capaian akses sanitasi layak di Indonesia masih belum sepenuhnya memenuhi target Sustainable Development Goals (SDGs) maupun Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN). Pemerintah melalui Peraturan Presiden Nomor 59 Tahun 2017 menargetkan terwujudnya akses sanitasi yang layak dan aman secara universal pada tahun 2030, sedangkan RPJMN 2020–2024 menargetkan akses sanitasi layak sebesar 90% dengan 15% di antaranya berupa sanitasi aman. Meskipun berbagai regulasi dan program telah diterbitkan, rendahnya kualitas tangki septik, praktik pengelolaan limbah domestik yang belum sesuai standar, serta rendahnya kesadaran masyarakat masih menjadi tantangan utama dalam pencapaian target tersebut.

Sebagai implementasi kebijakan nasional, pemerintah mengembangkan Sistem Pengelolaan Air Limbah Domestik (SPALD) melalui pendekatan setempat maupun terpusat yang didukung oleh program Layanan Lumpur Tinja Terjadwal (L2T2). Program ini bertujuan menjaga fungsi tangki septik, mencegah pencemaran lingkungan, serta meningkatkan kualitas sanitasi masyarakat. Akan tetapi, implementasi L2T2 masih menghadapi berbagai kendala, terutama rendahnya partisipasi masyarakat yang umumnya hanya melakukan penyedotan lumpur tinja ketika tangki septik penuh atau bermasalah. Persepsi bahwa tangki septik yang tidak pernah dikuras merupakan kondisi yang baik juga masih banyak ditemukan, padahal kondisi tersebut justru berpotensi mencemari air tanah dan membahayakan kesehatan masyarakat.

Fenomena tersebut juga terjadi di Kabupaten Probolinggo. Meskipun pemerintah daerah telah memiliki landasan hukum melalui Peraturan Bupati Probolinggo Nomor 1 Tahun 2019 tentang Pengelolaan Air Limbah Domestik serta membentuk Unit Pelaksana Teknis Pengelolaan Air Limbah Domestik (UPT PALD) sebagai pelaksana layanan L2T2, tingkat partisipasi masyarakat masih relatif rendah. Berbagai upaya sosialisasi dan promosi telah dilakukan, termasuk melalui dukungan program IUWASH Plus, namun keterbatasan informasi, persepsi terhadap biaya layanan, serta rendahnya kesadaran masyarakat mengenai pentingnya penyedotan lumpur tinja secara berkala masih menjadi hambatan utama. Di sisi lain, capaian Indeks Sanitasi (Sandex) Kabupaten Probolinggo menunjukkan tren peningkatan yang cukup baik meskipun daerah ini relatif terlambat dalam penyediaan armada pengurasan lumpur tinja. Kondisi tersebut mengindikasikan adanya potensi keberhasilan implementasi program yang menarik untuk dikaji lebih lanjut.

Berbagai penelitian terdahulu telah mengkaji pengelolaan air limbah domestik dari berbagai perspektif. Roosmalawati dan Rahmawati (2012) menekankan pentingnya penguatan regulasi dan koordinasi kelembagaan dalam pengelolaan air limbah domestik. Peal et al. (2014), Holm et al. (2015), dan Hadiano (2019) menunjukkan bahwa lemahnya implementasi kebijakan, rendahnya partisipasi masyarakat, serta belum optimalnya pengelolaan lumpur tinja masih menjadi tantangan utama dalam penyelenggaraan layanan sanitasi. Sementara itu, Li dan Jiang (2017), Serrat (2014), serta Okwueze (2020) menjelaskan bahwa strategi pemasaran sektor publik dan pemasaran sosial memiliki peran penting dalam meningkatkan kesadaran, mengubah perilaku masyarakat, serta memperkuat keberhasilan program sanitasi. Selain itu, Welie dan Romijn (2017) menunjukkan bahwa kolaborasi dengan lembaga nonpemerintah mampu meningkatkan kapasitas kelembagaan dan partisipasi masyarakat dalam mewujudkan sanitasi berkelanjutan.

Meskipun demikian, sebagian besar penelitian terdahulu lebih berfokus pada aspek regulasi, evaluasi kebijakan, kelembagaan, maupun pengelolaan teknis air limbah domestik. Penelitian yang secara khusus menganalisis strategi pemasaran sosial sebagai pendekatan untuk meningkatkan

partisipasi masyarakat dalam implementasi Layanan Lumpur Tinja Terjadwal (L2T2), khususnya pada konteks Kabupaten Probolinggo, masih sangat terbatas. Oleh karena itu, terdapat kesenjangan penelitian (research gap) yang perlu dikaji, yaitu belum optimalnya pemahaman mengenai bagaimana strategi pemasaran sosial dapat mendorong perubahan perilaku masyarakat dalam mendukung keberhasilan layanan pengelolaan lumpur tinja.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk: (1) menganalisis implementasi program Layanan Lumpur Tinja Terjadwal (L2T2) yang dilaksanakan oleh Unit Pelaksana Teknis Pengelolaan Air Limbah Domestik (UPT PALD) Kabupaten Probolinggo; (2) menganalisis strategi pemasaran sosial yang diterapkan dalam mendukung keberhasilan pelaksanaan program L2T2; serta (3) mengidentifikasi faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam meningkatkan partisipasi masyarakat terhadap layanan UPT PALD Kabupaten Probolinggo. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi pemasaran sosial di sektor sanitasi sekaligus menjadi masukan bagi pemerintah daerah dalam meningkatkan efektivitas layanan pengelolaan lumpur tinja yang berkelanjutan.

### **Metode**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus untuk memperoleh pemahaman secara mendalam mengenai implementasi Program Layanan Lumpur Tinja Terjadwal (L2T2) beserta strategi pemasaran sanitasinya di Kabupaten Probolinggo. Lokasi penelitian dipilih karena Kabupaten Probolinggo telah mencapai status *Open Defecation Free* (ODF), namun masih menghadapi berbagai tantangan dalam implementasi pengelolaan air limbah domestik, terutama pada aspek regulasi, kelembagaan, sumber daya, dan pemasaran layanan sanitasi. Fokus penelitian diarahkan pada implementasi program L2T2 berdasarkan pedoman penyelenggaraan L2T2 serta strategi pemasaran sanitasi yang diterapkan.

Subjek penelitian terdiri atas informan kunci dan informan pendukung yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling berdasarkan relevansi informasi yang dimiliki. Informan kunci meliputi Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (BAPPEDA) Kabupaten Probolinggo, Kepala Dinas Perumahan, Kawasan Permukiman, dan Pertanahan (DPKPP) Kabupaten Probolinggo, serta Kepala UPT Pengelolaan Air Limbah Domestik (UPT PALD) Kabupaten Probolinggo. Informan pendukung berasal dari unsur masyarakat, perangkat desa, kader kesehatan lingkungan, serta pihak swasta yang terlibat dalam penyelenggaraan layanan L2T2 sesuai rekomendasi informan kunci.

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam (*in-depth interview*), dan studi dokumentasi terhadap berbagai dokumen yang berkaitan dengan implementasi program L2T2. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan model analisis interaktif yang meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan. Keabsahan data diuji melalui triangulasi sumber dan triangulasi metode, yaitu dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari berbagai informan dan berbagai teknik pengumpulan data sehingga diperoleh data yang kredibel, konsisten, dan dapat dipertanggungjawabkan.

### **Hasil dan Pembahasan**

#### **Implementasi Strategi Pemasaran Program L2T2 di Kabupaten Probolinggo**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi strategi pemasaran Program Layanan Lumpur Tinja Terjadwal (L2T2) di Kabupaten Probolinggo telah mulai dikembangkan, namun pelaksanaannya belum sepenuhnya optimal. Berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan studi dokumentasi, strategi pemasaran yang diterapkan meliputi pembentukan identitas program (branding dan maskot), penyediaan layanan yang memiliki nilai tambah dibanding penyedia jasa swasta, penentuan segmentasi pelanggan, pelaksanaan kampanye secara langsung (offline), pemanfaatan media digital, penyediaan layanan call center, layanan pengaduan masyarakat, serta keterlibatan berbagai organisasi perangkat daerah (OPD).

Sebagai identitas program, Pemerintah Kabupaten Probolinggo merancang maskot "Kang Resik" sebagai media edukasi dan promosi kepada masyarakat. Selain itu, pemerintah juga menetapkan tarif retribusi penyedotan lumpur tinja melalui regulasi daerah sehingga pelayanan memiliki kepastian hukum dan keberlanjutan pembiayaan. Dari sisi layanan, program L2T2 menawarkan nilai tambah berupa bantuan teknis tanpa biaya tambahan apabila terjadi penyumbatan ringan, sehingga memberikan keunggulan dibandingkan penyedia jasa swasta.

Segmentasi pelanggan pada tahap awal difokuskan pada kawasan perumahan yang memiliki tangki septik, kemudian diperluas ke kawasan permukiman padat berdasarkan hasil pendataan sanitasi. Sementara itu, strategi promosi lebih banyak dilakukan melalui sosialisasi langsung kepada masyarakat, pemasangan banner, serta pemanfaatan media sosial resmi pemerintah daerah. Namun, hasil observasi menunjukkan bahwa pemanfaatan media digital seperti Google My Business, WhatsApp Business, pemasaran berbasis influencer, maupun iklan digital belum dilakukan secara optimal.

**Tabel 1.** Implementasi Strategi Pemasaran Program L2T2 Kabupaten Probolinggo

| <b>Aspek Strategi Pemasaran</b> | <b>Hasil Penelitian</b>                                                                                                      |
|---------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Maskot Program                  | Direncanakan menggunakan maskot " <b>Kang Resik</b> " sebagai identitas dan media edukasi program.                           |
| Jenis layanan                   | Penyedotan lumpur tinja, pengangkutan, pengolahan di IPLT, serta bantuan teknis tanpa biaya tambahan untuk kebuntuan ringan. |
| Segmentasi pelanggan            | Rumah tangga di kawasan perumahan dan permukiman padat yang memiliki tangki septik.                                          |
| Kampanye program                | Sosialisasi langsung, banner, baliho, pendataan sanitasi, dan edukasi bersama tokoh masyarakat.                              |
| Media kampanye                  | Instagram, Facebook, website pemerintah, media online lokal.                                                                 |
| Call center                     | Tersedia melalui WhatsApp sebagai media pendaftaran, penjadwalan, dan pengaduan.                                             |
| Layanan pengaduan               | Terintegrasi dengan call center UPT PALD.                                                                                    |
| CSR                             | Belum terdapat kerja sama CSR.                                                                                               |
| Keterlibatan OPD                | Bappelitbangda, DPKPP, Dinkes, Kominfo, dan Dinas Pendidikan.                                                                |

Temuan tersebut menunjukkan bahwa strategi pemasaran L2T2 masih lebih menitikberatkan pada pendekatan konvensional dibandingkan pemasaran digital. Kondisi ini menyebabkan penyebaran informasi kepada masyarakat belum menjangkau seluruh sasaran secara efektif. Padahal, dalam konsep social marketing yang dikemukakan oleh Kotler dan Lee, perubahan perilaku masyarakat memerlukan kombinasi antara edukasi, komunikasi yang berkelanjutan, kemudahan akses layanan, serta penggunaan media komunikasi yang sesuai dengan karakteristik sasaran. Dengan demikian, belum optimalnya pemanfaatan media digital menjadi salah satu penyebab rendahnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya penyedotan lumpur tinja secara berkala.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa keberhasilan implementasi layanan sanitasi tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan infrastruktur, tetapi juga dipengaruhi oleh efektivitas strategi komunikasi, pemasaran sosial, dan partisipasi masyarakat. Sebaliknya, penelitian ini menemukan bahwa Kabupaten Probolinggo masih menghadapi tantangan dalam membangun kesadaran masyarakat melalui media digital sehingga implementasi strategi pemasaran belum seefektif daerah yang telah berhasil menerapkan L2T2.

### **Faktor Pendukung Implementasi Program L2T2**

Penelitian menunjukkan bahwa terdapat beberapa faktor yang mendukung implementasi Program L2T2 di Kabupaten Probolinggo. Faktor tersebut meliputi dukungan kebijakan pemerintah daerah, keterlibatan IUWASH PLUS sebagai mitra pembangunan, tersedianya layanan call center, pelaksanaan sosialisasi kepada masyarakat, serta koordinasi lintas organisasi perangkat daerah. Selain itu, adanya pendataan bangunan tangki septik menjadi dasar dalam penyusunan target pelayanan secara bertahap.

IUWASH PLUS berperan dalam penyusunan strategi pemasaran, peningkatan kapasitas kelembagaan, perubahan perilaku masyarakat, hingga pendampingan penyusunan dokumen perencanaan sanitasi. Di sisi lain, Bappelitbangda berfungsi sebagai koordinator perencanaan lintas sektor sehingga isu sanitasi dapat diintegrasikan ke dalam dokumen pembangunan daerah. Dukungan tersebut menunjukkan bahwa implementasi L2T2 telah memperoleh komitmen kelembagaan yang cukup baik meskipun masih memerlukan penguatan pada aspek operasional.

Hasil tersebut mendukung teori implementasi kebijakan yang menyatakan bahwa keberhasilan suatu program dipengaruhi oleh komunikasi, sumber daya, disposisi pelaksana, dan struktur birokrasi. Kolaborasi antara pemerintah daerah, IUWASH PLUS, dan masyarakat menjadi modal penting dalam meningkatkan efektivitas implementasi program.

### Faktor Penghambat Implementasi Program L2T2

Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi Program L2T2 di Kabupaten Probolinggo masih menghadapi berbagai kendala. Kendala utama meliputi keterbatasan sumber daya manusia, keterbatasan armada penyedotan, kondisi geografis yang menyulitkan akses pelayanan, rendahnya kesadaran masyarakat, belum optimalnya sosialisasi, belum adanya tim pemasaran khusus, serta belum maksimalnya pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi.

| Aspek             | L2T2 Kabupaten Probolinggo                 | Penyedia Swasta                         |
|-------------------|--------------------------------------------|-----------------------------------------|
| Dasar hukum       | Memiliki regulasi daerah                   | Tidak diatur pemerintah                 |
| Tarif             | Retribusi resmi pemerintah                 | Tarif sesuai kebijakan masing-masing    |
| Bantuan teknis    | Gratis apabila tidak memerlukan penyedotan | Umumnya dikenakan biaya                 |
| Pengolahan limbah | Diolah di IPLT                             | Tidak seluruhnya dipastikan menuju IPLT |
| Jaminan pelayanan | Ada kepastian pelayanan pemerintah         | Bergantung penyedia jasa                |
| Transparansi      | Tinggi                                     | Beragam                                 |

Analisis menunjukkan bahwa kendala tersebut saling berkaitan. Keterbatasan sumber daya manusia menyebabkan promosi digital belum berkembang karena sebagian besar petugas masih berfokus pada pelayanan teknis. Akibatnya, informasi mengenai layanan L2T2 belum tersebar secara luas sehingga tingkat partisipasi masyarakat masih rendah. Kondisi ini menunjukkan bahwa keberhasilan implementasi program tidak hanya membutuhkan regulasi dan infrastruktur, tetapi juga kapasitas organisasi dalam mengelola komunikasi publik.

Temuan penelitian ini konsisten dengan teori implementasi kebijakan George C. Edwards III yang menyatakan bahwa keberhasilan implementasi dipengaruhi oleh komunikasi, sumber daya, disposisi pelaksana, dan struktur birokrasi. Selain itu, hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu yang menemukan bahwa keterbatasan sumber daya, lemahnya koordinasi antarinstansi, serta rendahnya partisipasi masyarakat merupakan faktor utama yang menghambat keberhasilan implementasi program sanitasi di tingkat daerah. Namun demikian, penelitian ini memberikan temuan baru bahwa pemanfaatan pemasaran digital dan pembentukan tim pemasaran khusus menjadi faktor penting yang perlu dikembangkan untuk meningkatkan efektivitas implementasi Program L2T2 di Kabupaten Probolinggo.

### Penutup

Penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi strategi pemasaran sosial Program Layanan Lumpur Tinja Terjadwal (L2T2) di Kabupaten Probolinggo belum optimal. Meskipun telah didukung regulasi, layanan *call center*, dan sosialisasi kepada masyarakat, strategi pemasaran masih didominasi pendekatan konvensional serta belum memanfaatkan pemasaran digital secara maksimal. Kendala utama meliputi rendahnya kesadaran masyarakat, keterbatasan sumber daya manusia, sarana dan prasarana, serta belum optimalnya promosi dan koordinasi antar pemangku kepentingan. Dibandingkan dengan daerah lain, Kabupaten Probolinggo masih memerlukan penguatan regulasi, strategi pemasaran

sosial, pemanfaatan media digital, dan kolaborasi lintas sektor untuk meningkatkan partisipasi masyarakat serta mendukung keberhasilan implementasi Program L2T2 secara berkelanjutan.

#### Daftar Pustaka

- Lovejoy & Saxton (2012) – *Nonprofit use of Twitter: fungsi informasi, komunitas, dan aksi*. Dasar teoritis strategi pemasaran sosial berbasis dialog dan engagement.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*.
- Dean, J. W., & Bowen, D. E. (2015). Management Theory and Total Quality: Improving Research and Practice through Theory Development. *Academy of Management Review*, 19(3), 392–418.
- French, J., & Gordon, R. (2015). *Strategic Social Marketing: For Behaviour and Social Change*. Sage Publications.
- Ali, M., Raza, S. A., & Puah, C. H. (2016). Factors influencing customer loyalty in the Pakistani banking industry. *International Journal of Accounting and Information Management*, 24(4), 398–417. <https://doi.org/10.1108/IJAIM-04-2016-0045>.
- Al-Hawary, S. I. S., & Alajmi, H. M. (2017). Service Quality, Customer Satisfaction and Brand Loyalty in Kuwaiti Telecom Sector. *International Journal of Business and Management*, 12(3), 108–120. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v12n3p108>.
- Bonita Setyaningtias & Rizka Novembrianto (2023), Strategi Recycle Air Limbah Domestik Terolah
- Hawkins, D. I. & Mothersbaugh, D. L. 2008. *Consumer Behavior: Building marketing strategy-11th ed*. McGraw-Hill/Irwin.
- Holm, R., Tembo, J. M. & Thole, B. 2015. A comparative study of faecal sludge management in Malawi and Zambia: Status, challenges and opportunities in pit latrine emptying. *African Journal of Environmental Science and Technology*. Vol. 9 (11). pp. 783-792.
- IUWASH PLUS. 2016. *Saatnya sekarang! Layanan Lumpur Tinja Terjadwal*. URL : <<https://www.juwashplus.or.id/cms/wp-content/uploads/2017/04/Saatnya-Sekarang-LLTT.pdf>>. Diunduh: 1 Agustus 2020.
- IUWASH PLUS. 2019. *Laporan Akhir Peta Jalan Sistem Pengelola Air Limbah Domestik Perkotaan (Roadmap SPAL-DP) Kota Malang*. Tidak dipublikasikan.
- IUWASH PLUS. 2020. East Java Regional Office/EJRO Sandex Tahun 2016-2019. Tidak dipublikasikan.
- IUWASH PLUS. 2020. *Laporan Akhir Strategi dan Rencana Pengembangan Manajemen Air Limbah Domestik untuk UPT PALD Kota Malang untuk Mempromosikan Layanan Penyedotan Lumpur Tinja Terjadwal*. Tidak dipublikasikan.
- Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat. 2014. *Pedoman Layanan Lumpur Tinja Terjadwal*. Jakarta.
- Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat. 2017. *Peraturan Menteri Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat Republik Indonesia Nomor 04/PRT/M/2017 tentang Penyelenggaraan Sistem Pengelolaan Air Limbah Domestik*. Jakarta.
- Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat. 2018. *Peraturan Menteri Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat Republik Indonesia Nomor 29/PRT/M/2018 tentang Standar Teknis Standar Pelayanan Minimal Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat*. Jakarta.
- Kertajaya, H. 2019. *Buku Panduan Strategi Marketing UPTD PAL*. Jakarta. Kotler, P., & Keller, K. L. 2016. *Marketing Management (15th ed.)*. Courier/Kendalville. United States of America.
- Li, Y.S. & Jiang, W. Q. 2017. *Study on The Marketing Strategy of Government Public Service Based on People's Livelihood Demand Orientation*. Advances in Economics, Business and Management Research. Volume 21. pp. 564-568.
- Moleong, L. J. 2018. *Metode Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. 2013. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung. PT Remaja Rosdakarya.

- Okwueze, F. O. 2020. Administrative hegemony, As a panacea for improving sanitation marketing in Nigeria. A Study of Ebonyi State, Nigeria. *Social Science and Humanities Journal. Volume 04 Issue 04*. pp. 1889-1897.
- Peal, A., Evans, B., Blackett I., Hawkins, P., & Heymans, C. 2014. Fecal Sludge Management: A Comparative Analysis of 12 cities. *Journal of Water, Sanitation and Hygiene for Development. Volume 4 (4)*. pp. 563-575.
- Pemerintah Kabupaten Probolinggo 2019. *Peraturan Daerah Kabupaten Probolinggo Nomor 1 tahun 2019 tentang Pengelolaan Air Limbah Domestik*.
- Rahardjo, M. (2017). *Studi kasus dalam penelitian kualitatif: Konsep dan prosedurnya*. URL: <<http://repository.uin-malang.ac.id/1104/>>. Diunduh: 18 April 2021.
- Republik Indonesia. 2017. *Peraturan Presiden Nomor 59 Tahun 2017 tentang Pelaksanaan Pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan*. Jakarta.
- Republik Indonesia. 2018. *Peraturan Pemerintah Nomor 2 Tahun 2018 tentang Standar Pelayanan Minimal*. Jakarta.
- Republik Indonesia. 2020. *Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2020 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional Tahun 2020-2024*. Jakarta
- Roosmini, D., Rahmawati, S. (2012). *Domestic Wastewater Services and Facilities in Indonesia: Policy and Regulation Role*. Water Environment Partnership in Asia.
- Rosinta, D. (2019). *Peran Usaid Dalam Pencapaian SDG'S 2030 Di Bidang Sanitasi Dan Air Bersih Di Indonesia: Studi Kasus Program Iuwash Plus Di Kabupaten probolinggo*.
- Serrat, O. URL: Diunduh: 2014. *Marketing in the public sector*. <<https://www.researchgate.net/publication/266477247>>. Diunduh: 3 Agustus 2020.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Bisnis. Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D*. Bandung. CV Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Pemasaran Jasa*. Bayumedia.
- Welie, M. J. V. & Romijn, H. A. 2017. *NGOs Fostering Transitions Towards Sustainable Urban Sanitation in Low-Income Countries: Insights from Transition Management and Development Studies*. Environmental Science and Policy. Volume 84 (2018). pp. 250 – 260. [www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org). 19 September 2020.
- Yin, R. K. 2014. *Case Study Research Design and Methods (5th ed.)*. Thousand Oaks. CA. Sage.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., Gremler, D. D. (2010). *Services Marketing Strategy. Wiley Internasional Encyclopedia of Marketing: Marketing Strategy*. Volume 1. Robert A. Peterson and Roger A. Kerin, eds. Chichester, UK: John Wiley & Sons. Pp. 208-218.
- Putri & Ghanistyana (2024), *Strategi komunikasi persuasif menggunakan Instagram, WhatsApp, dan media tradisional dalam program bank sampah di Kelurahan Karang Timur. Tekanan pada narasi emosional dan framing positif*.
- Fricles et al. (2024), *Program pengelolaan sampah lewat pendekatan kolaboratif dan edukasi berkelanjutan (LSM, pemerintah, dan masyarakat); menyimpulkan kolaborasi dan pendidikan berulang sebagai kunci partisipasi Masyarakat*.
- Jannah et al. (2024), *Kampanye iklan di media massa untuk meningkatkan kesadaran pengelolaan sampah plastik pada masyarakat urban, menggunakan teori persuasif dan elaborasi pesan iklan*.
- Yessi Sri Utami & Pupu Jamilah (Juni 2024), *Penelitian strategis komunikasi pembangunan terkait SPALD T, dengan wawasan untuk mengelola limbah domestik secara onsite dan pentingnya peran KSM untuk pengelolaan dan partisipasi Masyarakat*.
- Pemerintah Kabupaten Probolinggo. (2024). *Peraturan Daerah No. 1 Tahun 2024 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah*.