ABSTRAK

Permasalahan sampah organik yang terus meningkat menjadi tantangan serius dalam menjaga kelestarian lingkungan, khususnya di wilayah perkotaan. Rumah Maggot Kelurahan Mengger hadir sebagai solusi alternatif pengelolaan sampah organik melalui budidaya larva *Black Soldier Fly (BSF)*. Penelitian ini bertujuan untuk merancang strategi pemasaran hijau (*green marketing*) yang efektif dalam meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat terhadap program pengelolaan sampah berbasis lingkungan. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam, dan studi dokumentasi. Analisis data dilakukan melalui pendekatan *SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats)* serta *STP (Segmenting, Targeting, Positioning)* untuk merumuskan strategi pemasaran hijau yang tepat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penguatan edukasi lingkungan, promosi digital berbasis nilai hijau, kemitraan dengan sekolah dan komunitas, serta pengemasan produk ramah lingkungan merupakan komponen utama strategi yang dapat meningkatkan citra dan efektivitas Rumah Maggot Mengger. Strategi pemasaran hijau yang disusun tidak hanya berfokus pada peningkatan kesadaran, tetapi juga pada perubahan perilaku masyarakat dalam memilah sampah dan mendukung pengelolaan berkelanjutan. Dengan penerapan strategi ini, Rumah Maggot Mengger dapat berperan lebih aktif sebagai pusat edukasi dan penggerak lingkungan di tingkat lokal.

Kata Kunci: Pemasaran Hijau, Kesadaran Lingkungan, Rumah Maggot Mengger, Strategi Pemasaran, Sampah Organik, Larva BSF, STP, SWOT.