



FILE DITERIMA : 28 Agu 2025

FILE DIREVIEW: 29 Agu 2025

FILE PUBLISH : 30 Nov 2025

Pengaruh Green Marketing Terhadap Persiapan Penjualan Tanaman Selada Hidroponik pada Siswa Disabilitas Intelektual Ringan Kelas X SMALB Negeri Bondowoso

Muhammad Halili, Dedy Ariyanto, Renalatama Kismawiyati

Universitas PGRI Argopuro Jember

E-mail: renalatama@gmail.com

Abstrak: Penelitian ini membahas pengaruh green marketing terhadap persiapan penjualan tanaman selada hidroponik pada siswa disabilitas intelektual ringan di kelas X SMALB Negeri Bondowoso. Latar belakang penelitian ini adalah meningkatnya kesadaran konsumen akan produk ramah lingkungan dan tantangan industri pertanian untuk beradaptasi dengan praktik yang lebih berkelanjutan. Metode yang digunakan yakni penelitian kuantitatif dengan menggunakan desain pre-experimental, melibatkan empat siswa sebagai sampel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan green marketing secara signifikan meningkatkan kemampuan siswa dalam persiapan penjualan. Data diperoleh melalui pre-test dan post-test, yang menunjukkan peningkatan nilai rata-rata dari 57,38 menjadi 80,815 setelah perlakuan. Penelitian ini memberikan wawasan baru tentang integrasi konsep green marketing ke dalam pendidikan vokasional, serta pentingnya pendekatan yang adaptif untuk siswa berkebutuhan khusus. Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi model penerapan green marketing dalam konteks pendidikan inklusif.

Kata Kunci: Green Marketing; Penjualan Tanaman; Selada Hidroponik; Disabilitas Intelektual Ringan; Pendidikan Vokasional

Abstract: This study examines the effect of green marketing on the sales preparation of hydroponic lettuce plants for tenth-grade students with mild intellectual disabilities at Bondowoso State Special High School for Special Needs. The background of this study is the increasing consumer awareness of environmentally friendly products and the challenges of the agricultural industry in adapting to more sustainable practices. The method used was a quantitative study using a pre-experimental design, involving four students as a sample. The results showed that the implementation of green marketing significantly improved students' skills in sales preparation. Data were obtained through pre-tests and post-tests, which showed an increase in the average score from 57.38 to 80.815 after the treatment. This study provides new insights into the integration of green marketing concepts into vocational education, as well as the importance of an adaptive approach for students with special needs. It is hoped that the results of this study can serve as a model for the application of green marketing in the context of inclusive education.

Keywords: Green Marketing; Plant Sales; Hydroponic Lettuce; Mild Intellectual Disabilities; Vocational Education

PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan kesadaran lingkungan yang meningkat telah menjadi perhatian utama dalam berbagai sektor, termasuk sektor pertanian dan persiapan penjualan. Industri pertanian saat ini menghadapi tantangan untuk menjadi lebih ramah lingkungan. Konsumen semakin sadar akan pentingnya memilih produk-produk yang aman bagi kesehatan dan lingkungan. Hal ini mendorong perusahaan-perusahaan pertanian untuk menerapkan strategi persiapan penjualan yang lebih hijau atau green marketing (Kotler & Keller, 2016). Dalam era yang semakin peduli terhadap keberlanjutan lingkungan, pendekatan green marketing menjadi strategi persiapan penjualan yang semakin relevan. Dalam konteks pertanian, terutama hidroponik, pendekatan ini semakin penting karena kesadaran akan isu

lingkungan terus meningkat di kalangan masyarakat. Strategi ini tidak hanya membantu menarik konsumen yang peduli lingkungan, tetapi juga memberikan manfaat jangka panjang bagi produsen. Green marketing merujuk pada kegiatan persiapan penjualan produk atau jasa yang berfokus pada aspek ramah lingkungan, baik dari segi produksi, distribusi, maupun konsumsi. Green marketing adalah strategi persiapan penjualan yang berfokus pada produk, jasa, dan praktik bisnis yang ramah lingkungan (Chen & Chang, 2015).

Salah satu sektor pertanian yang dapat menerapkan green marketing adalah budidaya tanaman selada hidroponik. Sistem hidroponik merupakan teknik penanaman tanpa menggunakan tanah, melainkan menggunakan air yang diperkaya dengan nutrisi (Resh, 2016). Hal ini dapat mengurangi penggunaan lahan dan mengurangi dampak lingkungan akibat

penggunaan pestisida dan pupuk kimia. Hal ini menciptakan peluang bagi persiapan penjualan produk tanaman hidroponik, termasuk selada. Salah satu implementasi nyata adalah persiapan penjualan dari hasil pertanian hidroponik, seperti tanaman selada, yang terkenal hemat air, tidak menggunakan pestisida sistemik, dan dapat ditanam di lahan yang terbatas. Strategi ini meliputi penggunaan bahan baku yang berkelanjutan, proses produksi yang efisien, dan praktik kemasan yang dapat didaur ulang (Dangelico & Pujari, 2015). Di Indonesia, banyak sekolah dan lembaga yang mulai mengadopsi metode ini, terutama dalam konteks pendidikan. Di sisi lain, pendidikan luar biasa, khususnya bagi siswa dengan disabilitas intelektual ringan, memerlukan pendekatan yang adaptif dan aplikatif. Kegiatan kewirausahaan berbasis pertanian hidroponik di Sekolah Menengah Atas Luar Biasa (SMALB) menjadi salah satu strategi pembelajaran yang mendukung keterampilan vokasional sekaligus penguatan karakter. Disabilitas intelektual ringan adalah kondisi di mana seseorang memiliki keterbatasan dalam fungsi intelektual dan adaptif, namun masih dapat belajar dan bekerja dengan bimbingan yang memadai (Hallahan et al., 2020). Siswa disabilitas intelektual ringan memiliki potensi untuk terlibat dalam kegiatan budidaya tanaman selada hidroponik. Melalui pelatihan dan pendampingan yang sesuai, mereka dapat mengembangkan keterampilan dalam melakukan perawatan tanaman, pengemasan, dan persiapan penjualan produk (Wehman, 2017).

Namun, pemahaman siswa disabilitas intelektual terhadap konsep persiapan penjualan dan lingkungan masih terbatas. Persiapan penjualan tanaman selada hidroponik kepada siswa disabilitas intelektual ringan memerlukan pendekatan yang khusus. Strategi yang efektif harus mempertimbangkan kebutuhan dan kemampuan siswa, serta mengedukasi mereka tentang manfaat produk yang ramah lingkungan. Ini dapat dilakukan melalui sosialisasi yang menarik dan mudah dipahami. Di sinilah green marketing memainkan peran penting sebagai pendekatan edukatif yang dapat dikenalkan secara sederhana namun berdampak. Persiapan penjualan produk selada hidroponik yang dihasilkan oleh siswa disabilitas intelektual ringan dapat dilakukan dengan menerapkan strategi green marketing. Hal ini dapat memberikan nilai tambah bagi konsumen dan meningkatkan daya saing produk (Dangelico & Pujari, 2017). Dengan penerapan green marketing yang tepat, siswa tidak hanya meningkatkan keterampilan komunikasi dan kewirausahaan, tetapi juga membangun kesadaran lingkungan. Persiapan penjualan merupakan salah satu aspek penting dalam dunia usaha, termasuk dalam kegiatan pendidikan vokasional di sekolah Luar Biasa (SLB). Persiapan penjualan adalah mempersiapkan tenaga penjualan dengan memberikan pengertian tentang barang yang dijual, pasar yang dituju dan teknik-teknik penjualan yang harus dilakukan. Dan harus mengetahui

kemungkinan tentang motivasi dan perilaku dalam segmen pasar yang dituju. (RW Pramesti 2022).

Marketing hijau memiliki banyak manfaat, termasuk meningkatkan citra produk, menarik pelanggan yang peduli terhadap lingkungan, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan mendukung keberlanjutan bisnis (Wahyudi, 2025). Metode ini juga mengajarkan ekonomi untuk menjaga lingkungan. Tetapi green marketing memiliki kekurangan di balik kelebihannya. Strategi ini dapat memerlukan biaya produksi yang lebih tinggi, terutama jika menggunakan bahan kemasan atau media promosi ramah lingkungan. Selain itu, ada kemungkinan greenwashing yaitu klaim palsu bahwa produk ramah lingkungan meskipun sebenarnya tidak. Agar pemasaran hijau dapat diterapkan secara efektif dan sesuai dengan karakteristik siswa disabilitas intelektual ringan, perubahan diperlukan karena konsep-konsep ini dapat menjadi sulit dipahami di kelas tanpa metode pembelajaran yang konkret, visual, dan berulang. Salah satu contoh penelitian dari (Jaelani & Budiyanto 2025) menunjukkan bahwa pendekatan pembelajaran berbasis tanaman hidroponik mampu meningkatkan keterampilan sosial, motorik, dan kognitif siswa berkebutuhan khusus. Kombinasi antara green marketing dan kegiatan hidroponik memberikan peluang besar untuk mengembangkan potensi siswa secara holistik, khususnya dalam konteks pendidikan inklusif dan kewirausahaan berkelanjutan. Penelitian terkait pengaruh green marketing terhadap persiapan penjualan tanaman selada hidroponik pada siswa disabilitas intelektual ringan masih terbatas.

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan di SMALB Negeri Bondowoso kemampuan awal siswa yaitu, siswa sudah mampu untuk menyemai benih, sudah mampu dalam memindahkan semai ke dalam pipa, serta mampu memanen tanaman hidroponik. Dalam proses persiapan penjualan tanaman hidroponik siswa disabilitas intelektual ringan masih mengalami kesulitan dalam persiapan penjualan tanaman selada hidroponik. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh green marketing terhadap persiapan penjualan tanaman selada hidroponik pada siswa disabilitas intelektual ringan kelas X SMALB Negeri Bondowoso. Dengan demikian, penelitian tentang mengenai pengaruh green marketing terhadap persiapan penjualan tanaman hidroponik, khususnya selada, pada siswa disabilitas intelektual ringan kelas X di SMALB Negeri Bondowoso sangat penting untuk dilakukan.

Menurut penelitian sebelumnya, banyak penelitian telah membahas penggunaan green marketing dalam pendidikan umum, bisnis dan perusahaan umum. Namun, tidak banyak penelitian yang secara khusus menyelidiki pengaruh pemasaran hijau terhadap persiapan penjualan produk hidroponik yang dijual oleh siswa dengan disabilitas intelektual ringan di SLB. Selain itu, sebagian besar penelitian masih berfokus pada faktor perilaku konsumen daripada

Tabel 1. Data hasil pretest siswa

No.	Nama siswa	Jenis kelamin	Nilai pretest
1.	FH	Laki-Laki	81,81%
2.	FM	Laki-laki	27,52%
3.	GS	Laki-laki	50
4.	AS	Perempuan	45,45%
Nilai rata-rata			57,38%

Tabel 2. Data hasil posttest siswa

No.	Nama siswa	Jenis kelamin	Nilai posttest
1.	FH	Laki-laki	95,45%
2.	FM	Laki-laki	77,27%
3.	GS	Laki-laki	86,36%
4.	AS	Prempuan	68,18%
Nilai rata-rata			81,815%

Tabel 3. Data hasil pretest dan posttest siswa

No.	Tabel	Perubahan	Tanda pretest	& post-test	Perubahan (+/-)
	Nama siswa	Nilai pretest	Nilai post-test	Selisih	
1.	FH	81,81%	95,45%	13,64%	+
2.	FM	27,52%	77,27%	49,75%	+
3.	GS	50	86,36%	4913,64%	+
4.	AS	45,45%	68,18%	22,73%	+
Nilai rata-rata		57,38%	81,815%	24,44%	$\Sigma 4$

kemampuan dan kemampuan siswa berkebutuhan khusus untuk memahami dan menerapkan konsep pemasaran ramah lingkungan. Akibatnya, penelitian ini memiliki kebaruan, atau novelty, karena menggabungkan konsep pemasaran hijau dengan pembelajaran vokasional di lingkungan pendidikan luar biasa. Dalam konteks pendidikan inklusif, pendekatan ini dapat memiliki nilai ganda, tidak hanya strategi persiapan penjualan, tetapi juga sebagai sarana pembelajaran keterampilan hidup dan kewirausahaan bagi siswa berkebutuhan khusus, termasuk siswa dengan disabilitas intelektual ringan. Diharapkan penelitian ini akan menjadi model awal penerapan pemasaran hijau yang disesuaikan dengan kemampuan dan karakteristik siswa dengan disabilitas intelektual ringan. Dalam kasus nyata, siswa akan menjual selada hidroponik yang mereka budidaya sendiri.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018), penelitian kuantitatif dapat dipahami sebagai penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme. Penelitian ini

dilakukan pada populasi atau sampel tertentu, dengan teknik pengambilan sampel yang umumnya dilakukan secara acak. Data dikumpulkan menggunakan instrumen penelitian, dan analisis data dilakukan secara kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan. Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Pre-Exsperimantal Design* yaitu penelitian dilakukan pada satu kelompok yang mendapatkan pengajaran tentang *green marketing* persiapan penjualan tanaman selada hidroponik. Menggunakan *One Group Pretest-Posttest* yaitu tes dilakukan sebanyak dua kali sebelum (*Pre-test*) dan sesudah diberi perlakuan (*Post-test*), dengan demikian hasil perlakuan dapat diketahui secara akurat, karena dapat membandingkan dengan keadaan sebelum dilakukan perlakuan (*treatment*). Penelitian ini dilaksanakan di SMALB Negeri Bondowoso. Sampel dalam penelitian ini terdiri dari empat siswa disabilitas intelektual ringan kelas X di SMALB Negeri Bondowoso. Setelah data pretest dan posttest terkumpul, data dianalisis dengan analisis data non parametrik yang sesuai untuk data kuantitatif dengan jumlah subjek yang kecil yaitu kurang dari 5 anak. Dengan kondisi ini, analisis parametrik tidak dapat diterapkan karena asumsi normalitas tidak terpenuhi.

Oleh karena itu, rumus yang digunakan rumus statistik non parametik jenis uji tanda (*signtest*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Green marketing terhadap persiapan penjualan tanaman selada hidroponik pada siswa disabilitas intelektual ringan. Hasil dari dilaksanakannya penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh Green marketing terhadap kemampuan persiapan penjualan tanaman selada hidroponik pada siswa disabilitas intelektual ringan kelas X di SMALB Negeri Bondowoso. Adapun data yang digunakan atau dianalisis pada kegiatan penelitian ini ialah hasil dari pretest dan hasil posttest. Penelitian ini dilaksanakan pada 4 siswa disabilitas intelektual ringan yang berinisial FH, FM, GS, AS, kelas X di SMALB Negeri Bondowoso. Kegiatan ini dilakukan selama satu minggu yang dilaksanakan di ruang kelas X SMALB Negeri Bondowoso, dengan alokasi waktu 1 jam pelajaran atau 60 menit. Berikut ini adalah tabel yang menunjukkan hasil pretest dan posttest kemampuan siswa sebelum perlakuan diberikan.

Pada tahap treatment ini dilakukan sebanyak 5 kali pertemuan dengan alokasi waktu 60 menit yaitu memberikan pengertian Green marketing, dan persiapan penjualan tanaman selada hidroponik dengan pembuatan poster promotion tema lingkungan. Adapun tahap- tahapnya yaitu. Pada kegiatan treatment pertama peneliti memberikan materi tentang Green marketing pada siswa mengenai konsep pemasaran hijau, termasuk pentingnya keberlanjutan, pengaruh lingkungan dari pertanian tradisional, serta manfaat menggunakan produk yang ramah lingkungan, seperti tanaman selada hidroponik. Lalu di lanjutkan dengan treatment ke dua peneliti memberikan materi persiapan penjualan dengan pembuatan poster promotion tanaman selada dengan tema lingkungan. Siswa dilatih dalam teknik komunikasi dan penjualan, yang meliputi cara menjelaskan produk, menjawab pertanyaan dari pelanggan, serta mengatasi keberatan yang mungkin muncul. Di lanjutkan dengan treatment ketiga peneliti memberikan materi tentang langkah - langkah tentang desain iklan ramah lingkungan (5 langkah). Di lanjutkan dengan pemberian materi yang ke empat tentang langkah - langkah tentang desain ramah lingkungan (4 langkah). Lalu yang terakhir yakni yang ke lima peneliti memberikan materi tentang langkah - langkah membagikan iklan produk ramah lingkungan. Adapun hasil posttest yang dilaksanakan siswa disabilitas intelektual.

Dalam tahap rakapitulasi ini dengan tujuan untuk mengetahui perbandingan kemampuan siswa

disabilitas intelektual dalam pengaruh green marketing terhadap persiapan penjualan tanaman selada hidroponik sebelum dan sesudah diberikan perlakuan. Sehingga dapat dilihat adanya sebuah pengaruh atau tidak. Adapun rekapitulasi hasil pretest dan posttest.

Pembahasan

Hasil dari penelitian yang di lakukan menunjukkan bahwa siswa disabilitas intelektual ringan mengalami peningkatan yang signifikan dalam persiapan penjualan tanaman selada hidroponik. Nilai rata-rata atau skor dari hasil (post-test) mengalami peningkatan kurang lebih 24,44% dan hasil (pre-test) dengan perolehan skor 57,38% menjadi 81,815% (posttest) sesudah di berikan teknik Green marketing. Dengan ini, membuktikan bahwa terdapat sebuah akibat dari teknik Green marketing pada peningkatan kemampuan persiapan penjualan tanaman selada hidroponik terhadap siswa disabilitas intelektual ringan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Sari (2025) yang mengungkapkan bahwa penerapan green marketing dapat meningkatkan keterampilan vokasional siswa berkebutuhan khusus, terutama dalam hal komunikasi dan promosi produk. Peningkatan kemampuan siswa dalam menyiapkan penjualan tanaman selada hidroponik menunjukkan bahwa green marketing tidak hanya berfungsi sebagai strategi pemasaran yang efektif, tetapi juga sebagai sarana pembelajaran yang inklusif dan aplikatif. Selain itu, penelitian ini sejalan dengan pandangan Pratama (2024) yang menekankan pentingnya mengintegrasikan nilai-nilai lingkungan dalam pembelajaran kewirausahaan di sekolah luar biasa. Dengan menanamkan kesadaran lingkungan sejak usia dini, siswa tidak hanya mendapatkan keterampilan teknis, tetapi juga membangun karakter yang peduli terhadap lingkungan.

Berdasarkan hasil observasi, siswa dengan disabilitas intelektual ringan cenderung lebih mudah memahami konsep pemasaran ketika disampaikan secara konkret dan kontekstual, seperti melalui praktik langsung dan penggunaan media visual. Temuan ini sejalan dengan penelitian Wulandari (2024) yang menunjukkan bahwa pembelajaran berbasis praktik sangat efektif dalam meningkatkan keterampilan siswa berkebutuhan khusus. Namun, peneliti menghadapi beberapa kendala selama pelaksanaan, seperti keterbatasan waktu dan variasi dalam tingkat pemahaman siswa. Oleh karena itu, diperlukan pendampingan yang lebih intensif serta penggunaan media pembelajaran yang lebih beragam untuk mengoptimalkan hasil pembelajaran. Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan model pembelajaran kewirausahaan yang berbasis green marketing di sekolah luar biasa. Diharapkan, hasil penelitian ini dapat menjadi landasan untuk pengembangan kurikulum dan strategi pembelajaran yang lebih ramah

lingkungan dan inklusif di masa depan. Berdasarkan hasil penelitian yang dipaparkan diatas dapat ditarik kesimpulan yaitu : Keterampilan vokasional persiapan penjualan tanaman selada hidroponik terhadap siswa disabilitas intelektual ringan kelas X di SMALB Negeri Bondowoso sebelum diberikan sebuah perlakuan yaitutahap (pretest) terhadap siswa yang berinisial FH, FM, GS, AS dapat tergolong rendah berdasarkan temuan dan penelitian 81,81%, 52,27%, 50 dan 45,45%. Setelah siswa diberikan sebuah perlakuan yaitu (treatment) siswa yang berinisial FH, FM, GS, AS mengalami sebuah peningkatan dengan skor (posttest) 95,45%, 77,27%, 86,36%, dan 68,18%. Dari hasil perhitungan yang diperoleh dengan rumus uji tanda (sign test) menunjukkan nilai kritis 5% dengan Z tabel = 1,645 sedangkan Z hitung = 33,33 dengan nilai ini bahwa Z hitung lebih besar dari pada Z tabel, sehingga Hipotesis nol (Ho) ditolak dan Hipotesis kerja diterima (Ha). Dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan dalam penggunaan green marketing terhadap persiapan penjualan tanaman selada hidroponik pada siswa disabilitas intelektual ringan kelas X di SMALB Negeri Bondowoso”.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Green marketing secara signifikan meningkatkan pemahaman dan kesiapan siswa disabilitas intelektual ringan kelas X di SMALB Negeri Bondowoso dalam persiapan penjualan tanaman selada hidroponik. Siswa mengalami peningkatan dalam keterampilan komunikasi, rasa percaya diri, dan motivasi untuk berpartisipasi dalam kegiatan persiapan penjualan dengan teknik Green marketing. Program ini terbukti efektif dalam mengintegrasikan konsep keberlanjutan kedalam praktik persiapan penjualan, sehingga memberikan manfaat pendidikan yang signifikan bagi siswa. Penelitian ini merekomendasikan agar sekolah dan pihak-pihak terkait memberikan dukungan yang lebih dalam bentuk pelatihan dan sumber daya untuk mengoptimalkan penerapan green marketing di kalangan siswa disabilitas. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan kemampuan kewirausahaan mereka serta kesadaran akan keberlanjutan lingkungan.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan maka peneliti memberikan suatu saran terhadap guru. Bagi guru disarankan dalam pemberian pembelajaran keterampilan vokasional dalam teknik *green marketing* terhadap persiapan penjualan

tanaman selada hidroponik dapat sebagai alternatif dalam keterampilan vokasional siswa, dikarenakan green marketing terbukti dalam meningkatkan keterampilan komunikasi, kewirausahaan, dan membangunkesadaran menjaga lingkungan. Bagi siswa disabilitas intelektual ringan dapat digunakan untuk mengembangkan kemampuan dalam persiapan penjualan tanaman selada hidroponik dengan baik. Bagi sekolah Jalin kerjasama dengan komunitas lokal, seperti petani atau organisasi lingkungan, untuk memberikan pengalaman langsung dan sumber daya tambahan bagi siswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Chang, K. C., Hsu, C. L., Hsu, Y. T., & Chen, M. C. (2019). How green marketing, perceived motives and incentives influence behavioral intentions. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 49, 336-345. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0969698919300335>
- Dangelico, R. M., Pujari, D., & Pontrandolfo, P. (2017). Green product innovation in manufacturing firms: A sustainability - oriented dynamic capability perspective. *Business Strategy and the Environment*, 26(4), 490506. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/bse.1932>
- Dangelico, R. M., Pujari, D., & Pontrandolfo, P. (2017). Inovasi produk ramah lingkungan di perusahaan manufaktur: Perspektif kapabilitas dinamis yang berorientasi pada keberlanjutan. *Strategi Bisnis dan Lingkungan*, 26(4), 490506. <https://dspace.uii.ac.id/handle/123456789/54304>
- Dewi, E. M. P., Qamaria, R. S., Widiastuti, A. A., Widyatno, A., Marpaung, J., Ervina, I., & Suprihatin, T. (2024). Pendidikan Indonesia di era globalisasi: Tantangan dan peluang. *Nas Media Pustaka*.
- Hallahan, D. P., Pullen, P. C., Kauffman, J. M., & Badar, J. (2020). Exceptional learners. In *Oxford Research Encyclopedia of Education*. <https://oxfordre.com/education/education/view/10.1093/acrefore/9780190264093.001.0001/acrefore-9780190264093-e-926>
- Jaelani, M. A., & Budiyanto, B. (2025). Pengaruh experiential learning terhadap keterampilan budidaya sayuran hidroponik bagi peserta didik tunagrahita ringan di SLB PKK Gedeg. *Jurnal Pendidikan Khusus*, 20(03). <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jurnalpendidikankhusus/article/view/71111/51290>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management (15th global edition)*. Edinburgh: Pearson Education. <https://so04.tcithaijo.org/index.php/jkbu/article/view/104793>

- Pramesti, R. W., & Izzati, R. R. (2022). Penerapan metode peramalan (forecast) penjualan pada Dzikrayaat Business Center Ponorogo. *JAPP: Jurnal Akuntansi, Perpajakan dan Portfolio*, 2(1), 2945. <https://eprints.umpo.ac.id/8603/4/Bab%202.pdf>
- Resh, H. M. (2022). *Hydroponic food production: A definitive guide book for the advanced home gardener and the commercial hydroponic grower*. CRC Press. <https://www.taylorfrancis.com/books/mono/10.1201/9781003133254/hydroponic-food-production-howard-resh>
- Wahyudi, M. (2025). Menggali pengaruh citra merek dan green marketing: Kunci keputusan pembelian konsumen di era keberlanjutan. In *Prosiding Management Business Innovation Conference (MBIC) (Vol.8,pp.116128)*. <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/MBIC/article/view/89498>
- Wehman, P., Schall, C. M., McDonough, J., Graham, C., Brooke, V., Riehle, J. E., & Avellone, L. (2017). Pengaruh intervensi berbasis pemberi kerja terhadap hasil kerja bagi remaja dengan kebutuhan dukungan signifikan akibat autisme. *Autisme*, 21(3), 276290. <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1362361316635826>
- Wulandari, P. Z., Putra, H. N., Rohimah, U., & Marhadi, H. (2024). Penilaian hasil belajar bagi anak berkebutuhan khusus dalam praktik pendidikan inklusif. *BERSATU: Jurnal Pendidikan Bhinneka Tunggal Ika*, 2(3), 170-180. <https://journal.politeknik-pratama.ac.id/index.php/bersatu/article/view/722>
- Yusuf, T. R., & Sari, H. (2025). Penerapan studi green marketing pada pengukuran niat memilah sampah berdasarkan perbedaan generasi dalam mengatasi permasalahan sampah di Bandung Raya. *Journal of Research in Industrial Engineering and Management*, 3(1), 31-42. <https://jriem.ti.fti.itb.ac.id/index.php/jriem/articleview/43>