

ABSTRAK

DIAN PUTRA SEPTIAN LUBIS. *Desain Keberlanjutan Pemasaran Produk Pada Usaha Eduwisata Di Socfindo Conservation*. Dibimbing oleh DANY JUHANDI dan JENNY ELISABETH.

Socfindo Conservation didirikan pada tahun 2019, tujuan didirikannya *Socfindo Conservation* yaitu sebagai destinasi eduwisata yang berfokus pada pengembangan serta membudidayakan tanaman-tanaman herbal, pengembangan pendidikan lingkungan, pengembangan tanaman herbal menjadi produk turunan, hingga pemberdayaan masyarakat setempat. Penelitian ini bertujuan untuk (1) menentukan tingkat keberlanjutan ekonomi dan pemasaran produk pada usaha eduwisata (2) merancang konsep pemasaran untuk meningkatkan keberlanjutan pemasaran produk eduwisata. Penelitian ini dilakukan selama 4 bulan dari bulan Mei 2024 – bulan Agustus 2024 di taman *Socfindo Conservation* yang berada di Desa Martebing, Kecamatan Dolok Masihul, Kabupaten Serdang Bedagai. Teknik dan metode pengumpulan data yang di gunakan dalam penelitian ini iyalah teknik pengumpulan data dengan cara wawancara dan kuesioner dengan metode *purposive quota sampling*. Dalam pengolahan data penelitian ini menggunakan alat analisis *Multidimensional Scaling (MDS)* dengan bantuan *software Multiple aspect Sustainability Analysis (MSA)* dimana alat analisis ini digunakan sebagai alat untuk menentukan nilai keberlanjutan. Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan tingkat keberlanjutan pemasaran produk pada usaha eduwisata *Socfindo Conservation* berada status sangat berkelanjutan dengan rata-rata nilai 89,38. Pada aspek ekonomi nilai keberlanjutannya sebesar 90, aspek sosial berada pada nilai 90, aspek lingkungan berada pada nilai 90, dan aspek pemasaran berada pada nilai 87,5 dimana keempat aspek tersebut awalnya sudah berstatus sangat berkelanjutan. Pada skenario 1 aspek pemasaran ditingkatkan sebesar 6,25 sehingga menjadi 93,75. Dari analisis *MDS* menghasilkan Desain strategi pemasaran yang dapat dilakukan berdasarkan faktor sensitif di antaranya yaitu pemerintah setempat dan *Socfindo Conservation* memberikan pelatihan-pelatihan kepada masyarakat untuk mengelola produk-produk herbal yang ditawarkan dan memberikan pinjaman modal kepada masyarakat sebagai modal dalam menciptakan, memproduksi dan mengembangkan produk-produk herbal, sehingga masyarakat dapat memasarkan dan menitipkan produk-produk herbal tersebut kepada *Socfindo Conservation* dengan nilai yang lebih tinggi. *Socfindo Conservation* juga harus berinovasi dalam menciptakan produk-produk baru dan mengembangkan produk alternatif yang lebih murah namun tetap berkualitas, memantau pasar dan menganalisis tren harga bahan baku global maupun lokal agar mengantisipasi fluktuasi harga, pengelola *Socfindo Conservation* harus mengevaluasi, mengatur dan mengendalikan biaya produksi agar menekankan biaya yang lebih besar, menjadikan masyarakat-masyarakat setempat sebagai mitra, dan melakukan negosiasi dengan pemasok bahan baku.

Kata kunci: Produk herbal, keberlanjutan pemasaran, analisis MDS

ABSTRACT

DIAN PUTRA SEPTIAN LUBIS. *Product Marketing Sustainability Design for Eco-tourism Business at Socfindo Conservation. Supervised by JENNY ELISABETH and ALDON MHP SINAGA.*

Socfindo Conservation was established in 2019, the purpose of establishing Socfindo Conservation is as an educational destination that focuses on developing and cultivating herbal plants, developing environmental education, developing herbal plants into derivative products, and empowering the local community. This study aims to (1) determine the level of economic sustainability and product marketing in edu-tourism businesses (2) design marketing concepts to improve the sustainability of edu-tourism product marketing. This research was conducted for 4 months from May 2024 - August 2024 at Socfindo Conservation park located in Martebing Village, Dolok Masihul District, Serdang Bedagai Regency. Data collection techniques and methods used in this study are data collection techniques by means of interviews and questionnaires with purposive quota sampling methods. In processing the data, this research uses Multidimensional Scaling (MDS) analysis tools with the help of Multiple aspect Sustainability Analysis (MSA) software where this analysis tool is used as a tool to determine the value of sustainability. Based on the data analysis that has been carried out, the level of sustainability of product marketing in the Socfindo Conservation edu-tourism business is very sustainable with an average value of 89.38. In the economic aspect, the sustainability value is 90, the social aspect is at a value of 90, the environmental aspect is at a value of 90, and the marketing aspect is at a value of 87.5 where the four aspects were initially very sustainable. In scenario 1, the marketing aspect was increased by 6.25 to 93.75. From the MDS analysis, the design of marketing strategies that can be carried out based on sensitive factors includes the local government and Socfindo Conservation providing training to the community to manage the herbal products offered and providing capital loans to the community as capital in creating, producing and developing herbal products, so that the community can market and entrust the herbal products to Socfindo Conservation with higher value. Socfindo Conservation should also innovate in creating new products and develop cheaper but still quality alternative products, monitor the market and analyze global and local raw material price trends in order to anticipate price fluctuations, Socfindo Conservation managers should evaluate, manage and control production costs to emphasize greater costs, make local communities partners, and negotiate with raw material suppliers.

Keywords: Herbal products, marketing sustainability, MDS analysis.