

BAB III. METODOLOGI

3.1. Waktu dan Tempat Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini dilakukan di *Socfindo Conservation*, yang beralamat di Desa Martebing, Kecamatan Dolok Masihul, Kabupaten Serdang Bedagai, Provinsi Sumatera Utara. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Mei – Juli 2024.

3.2. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang digunakan untuk menyelidiki suatu masalah sosial berdasarkan pada pengamatan sebuah teori yang terdiri dari variabel-variabel, ditentukan dengan angka, dan dianalisis dengan prosedur *statistic* (Ali et al., 2022). Penelitian ini menggunakan data-data diperoleh dari jawaban kuesioner yang merupakan faktor-faktor setiap aspek dengan cara ditabulasikan ke dalam *Microsoft Excel* lalu diolah dengan *Software Multiple aspect Sustainability Analysis (MSA)*. Data diolah menggunakan analisis *Multidimensional Scalling* yang merupakan alat dari *software Multiple aspect Sustainability Analysis (MSA)* dimana akan memetakan sejumlah objek dengan objek lainnya berdasarkan kemiripannya (*similarity*).

3.3. Responden Penelitian

Responden merupakan orang yang merespons dan memberikan informasi tentang data penelitian. Target responden yang dituju pada penelitian ini adalah ibu-ibu *volunteer* yang bekerja di *Socfindo Conservation* dan para pengunjung. Jumlah responden yang diperlukan sebanyak 50 orang, yakni ibu-ibu *volunteer* sebanyak 20 orang dan 30 orang responden pengunjung.

Penelitian ini memerlukan respons dalam bentuk kuesioner yang digunakan untuk pengumpulan data dengan memberikan sekumpulan pertanyaan yang berkaitan dengan preferensi konsumen terhadap produk-produk turunan tanaman herbal yang ditawarkan oleh *Socfindo Conservation*.

Jenis produk turunan tanaman herbal yang digunakan dalam penelitian ini adalah teh herbal, olahan biskuit, olahan jamu, ramuan minuman kesehatan, tepung herbal atau simplisia, eco-enzim, minuman fermentasi kombucha dan madu.

3.4 Jenis Data

Penelitian ini menggunakan dua jenis data, yakni:

a. Data Primer

Sumber data primer yang akan digunakan dalam penelitian ini ialah mengumpulkan jawaban-jawaban dari responden atas pertanyaan pada kuesioner yang diberikan, observasi, dan wawancara terhadap ibu-ibu *volunteer* dan pengunjung.

b. Data Sekunder

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data-data terkait yang diperoleh dari buku literatur, internet, dan jurnal penelitian yang berkaitan dengan desain keberlanjutan pemasaran produk.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan metode *purposive quota sampling*. *Purposive quota sampling* adalah metode pengambilan sampel yang dilakukan secara sengaja dengan cara mengambil sampel tertentu saja yang mempunyai karakteristik, ciri, kriteria atau sifat tertentu sehingga pengambilan sampelnya dilakukan tidak secara acak (Fauzy, 2019). Dalam penelitian ini, data yang akan diperoleh yaitu melalui wawancara dan pertanyaan kuesioner.

a. Wawancara

Wawancara ialah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tatap muka langsung maupun tidak langsung dengan tanya jawab antara pengumpul data dengan narasumber atau sumber data (Trivaika & Senubekti, 2022). Dalam penelitian ini wawancara dilakukan kepada responden *purposive samples* yaitu para pengelola *Socfindo Conservation*.

b. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan-pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab dan jawabannya merupakan data yang diperlukan (Agustian et al., 2019). Dalam penelitian ini kuesioner digunakan untuk mengetahui preferensi konsumen dan pengelola terhadap produk turunan tanaman herbal yang ditawarkan *Socfindo Conservation*. Kuesioner ini ditujukan kepada para pengunjung dan pengelola *Socfindo Conservation*.

3.6. Analisis Data

Dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan dengan beberapa tahapan mulai dari menetapkan target responden yaitu pihak pengelola *Socfindo Conservation* dan pengunjung *Socfindo Conservation*, jumlah responden yang dibutuhkan sebanyak 50 responden, merumuskan aspek-aspek keberlanjutan beserta faktor-faktor setiap aspek, dan merumuskan pertanyaan-pertanyaan berupa kuesioner sesuai dengan faktor-faktor setiap aspek. Kuesioner tersebut langsung diberikan ke responden pengelola dan pengunjung. Di dalam penelitian ini dibutuhkan 4 aspek yang dibutuhkan untuk menentukan tingkat keberlanjutan ekonomi dan pemasaran produk pada usaha *Socfindo Conservation* yaitu aspek ekonomi, sosial, lingkungan, dan pemasaran.

Dari aspek ekonomi memiliki beberapa faktor yaitu faktor efisiensi sumber daya dan faktor pemberdayaan ekonomi setempat. Untuk aspek sosial yaitu faktor pemberdayaan masyarakat setempat, tren kesehatan, dan faktor pendidikan. Untuk aspek lingkungan yaitu faktor pengelolaan dan pemanfaatan sumber energi, faktor penanganan limbah, dan faktor efisiensi

energi dan sumber daya. Untuk aspek pemasaran yaitu faktor segmentasi pasar dan faktor perilaku konsumen.

Setelah data-data yang diperoleh dari responden pengelola *Socfindo Conservation* dan pengunjung *Socfindo Conservation*, maka data-data tersebut di tabulasikan ke dalam *Microsoft Excel* sehingga dapat diolah menggunakan *software Multiple aspect Sustainability Analysis (MSA)* agar dapat dianalisa dan menghasilkan tingkat keberlanjutan pemasaran produk eduwisata *Socfindo Conservation*.

3.6.1. Software Multiple aspect Sustainability Analysis (MSA)

Software MSA merupakan alat untuk menganalisis dan mengevaluasi berbagai aspek keberlanjutan (*sustainability*) dalam suatu konteks tertentu. Dalam pengoperasian *software Multiple aspect Sustainability Analysis (MSA)* bisa dapat mencari berbagai nilai status keberlanjutan seperti indeks kinerja suatu kegiatan, tempat, kegiatan, lembaga, atau perusahaan dalam rangka penilaian diri, sehingga bisa dapat mengetahui strategi apa yang harus dilakukan di masa yang akan datang (FIRMANSYAH, 2022).

Software Multiple aspect Sustainability Analysis (MSA) dapat menganalisis keberlanjutan mencakup berbagai aspek keberlanjutan seperti aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan kemudian menghasilkan faktor-faktor setiap aspeknya antara lain:

3.6.1.1. Aspek Ekonomi

a. Faktor Efisiensi Sumber Daya

Mengoptimalkan penggunaan sumber daya dengan menerapkan sistem manajemen yang efisien dan inovatif, dengan memanfaatkan limbah menjadi produk yang bernilai, mengurangi biaya operasional, serta meningkatkan produktivitas, sehingga tercipta keseimbangan antara keuntungan ekonomi dan tanggung jawab lingkungan.

b. Faktor Pemberdayaan Ekonomi Setempat

Pemberdayaan ekonomi setempat melalui pengembangan usaha kecil dengan cara memanfaatkan sumber daya yang mereka miliki seperti menjadikan mereka mitra dalam pemasok bahan baku. Hal ini dapat meningkatkan pendapatan, dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan bagi masyarakat setempat.

c. Faktor Harga produk

Harga produk merupakan jumlah nilai yang wajib dibayarkan oleh pemakai atau konsumen untuk mendapatkan suatu barang maupun jasa. Hal ini dapat ditentukan dengan berbagai faktor, termasuk biaya produksi, distribusi, serta permintaan dan penawaran di pasar (Syafrial, 2017).

3.6.1.2. Aspek Sosial

a. Faktor Pemberdayaan Masyarakat Setempat

Pemberdayaan masyarakat setempat dengan memanfaatkan tenaga kerja yang belum memiliki pekerjaan untuk ikut bergabung dalam mengelola dan mengembangkan taman *Socfindo*

Conservation. Dengan demikian masyarakat setempat dapat meningkatkan kesejahteraan individu dan mendukung pertumbuhan ekonomi daerah secara berkelanjutan.

b. Faktor Tren Kesehatan

Dalam tren Kesehatan perlunya promosi gaya hidup sehat dengan memberikan edukasi dan kampanye kesehatan mengenai tanaman-tanaman herbal sehingga masyarakat lebih memilih tanaman herbal dibandingkan pemakaian obat-obat kimia. Hal ini bertujuan agar masyarakat lebih sehat, produktif, dan sadar dalam penggunaan obat-obatan.

c. Faktor Pendidikan

Pendidikan yang berkualitas sangat dibutuhkan dalam meningkatkan wawasan, keterampilan hingga kesejahteraan individu dalam mengelola pembangunan sosial yang berkelanjutan dengan membangun masyarakat yang lebih adil, terinformasi, dan terlibat dalam praktik keberlanjutan.

3.6.1.3. Aspek Lingkungan

a. Faktor Pengelolaan dan Pemanfaatan Sumber Energi

Mengelola dan memanfaatkan sumber energi seperti air, tanah, listrik, dan hutan secara berkelanjutan dapat diterapkan melalui praktik-praktik yang ramah lingkungan, penggunaan yang efisien, menciptakan dan mengembangkan teknologi hijau, hingga kebijakan-kebijakan pengelolaan yang lebih efisien.

b. Faktor Penanganan Limbah

Mengurangi produksi limbah melalui penggunaan ulang, daur ulang, dan pengelolaan limbah yang efisien. Untuk penanganan dan pembuangan pada limbah yang berbahaya dapat dilakukan dengan cara yang aman untuk mencegah kontaminasi lingkungan.

c. Faktor Efisiensi Sumber Daya

Mengembangkan dan memanfaatkan sumber energi terbarukan seperti matahari, angin, dan air. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan efisiensi dan kapasitas energi terbarukan dan mengurangi ketergantungan pada bahan bakar fosil sehingga dapat mencapai tujuan keberlanjutan energi yang berkelanjutan dan meningkatkan kualitas hidup secara keseluruhan.

d. Faktor Pemanfaatan Bahan Baku

Faktor ini merupakan proses penggunaan bahan mentah yang tersedia untuk diolah menjadi produk turunan tanaman herbal. Bahan baku merupakan material-material yang diolah melalui proses produksi agar menghasilkan barang atau produk akhir yang memiliki nilai tambah.

3.6.1.4. Aspek Pemasaran

a. Faktor Segmentasi pasar

Menentukan kelompok konsumen yang spesifik sehingga menjadi target produk atau layanan dengan mengamati berbagai variabel. Cara ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan lebih

baik kebutuhan dan keinginan setiap segmen pasar, sehingga dapat mendesain strategi pemasaran yang lebih optimal, relevan, dan tepat sasaran untuk setiap kelompok konsumen.

b. Faktor Perilaku Konsumen

Hal ini dapat diidentifikasi dalam hal memahami kebutuhan dan keinginan konsumen serta memahami kepuasan konsumen dalam mengonsumsi produk-produk tanaman herbal dan layanan yang di berikan pengelola *Socfindo Conservation*.

e. Produk titipan masyarakat

Produk titipan masyarakat merupakan produk yang dijual di *Socfindo Conservation* tapi sebenarnya bukan milik *Socfindo Conservation* itu sendiri.

Software Multiple aspect Sustainability Analysis (MSA) dapat memahami dampak dari kegiatan atau keputusan yang dibuat terhadap ekonomi, sosial, lingkungan dan pemasaran. Dalam penelitian ini *Software Multiple aspect Sustainability Analysis (MSA)* bertujuan untuk:

3.6.2. Menentukan tingkat keberlanjutan ekonomi dan pemasaran pada usaha *Socfindo Conservation*

Dalam pengolahan data, *software Multiple aspect Sustainability Analysis (MSA)* dapat menentukan nilai indeks keberlanjutan dengan menggunakan skor indeks yang berasal dari 4 aspek yaitu aspek ekonomi, sosial, lingkungan dan pemasaran menggunakan skala *ordinal*. Cara menghitung nilai keberlanjutan adalah dengan menghitung nilai atribut dari aspek keberlanjutan. Setelah indeks rata-rata diperoleh maka selanjutnya ditentukan nilai indeks keberlanjutan dengan masing-masing dimensinya. Indeks keberlanjutan diklasifikasikan menjadi 5 kategori (Maryono, 2018) yaitu:

- | | |
|-------------|------------------------------|
| a. 0 → 20 | = Sangat tidak berkelanjutan |
| b. 21 → 40 | = Tidak berkelanjutan |
| c. 41 → 60 | = Cukup berkelanjutan |
| d. 61 → 80 | = Berkelanjutan |
| e. 81 → 100 | = Sangat berkelanjutan |

3.6.3. Merancang konsep keberlanjutan ekonomi dan pemasaran pada usaha *Socfindo Conservation*

Dalam merancang konsep berkelanjutan yang diinginkan agar dapat meningkatkan keberlanjutan pemasaran produk pada usaha eduwisata *Socfindo Conservation* adalah dengan menggunakan *software MSA*. *Software* ini hanya mampu membuat 3 skenario, di mana aspek yang memiliki keberlanjutan yang rendah akan diperbaiki dengan menaikkan skor nilai pada indikator. Setelah memperoleh indikator yang lemah yang telah diidentifikasi, selanjutnya dilanjutkan dengan skenario atau solusi alternatif untuk meningkatkan nilai keberlanjutan skenario tersebut yang dirancang untuk menargetkan perbaikan spesifik dalam indikator yang ditentukan sebelumnya. Dalam hal ini *software MSA* dipergunakan untuk memantau perubahan dalam nilai indikator keberlanjutan yang berkaitan

dengan skenario yang diimplementasikan, sehingga dapat dilakukan penyesuaian atau perbaikan terhadap nilai keberlanjutan.

BAB IV. DESAIN DAN SISTEM

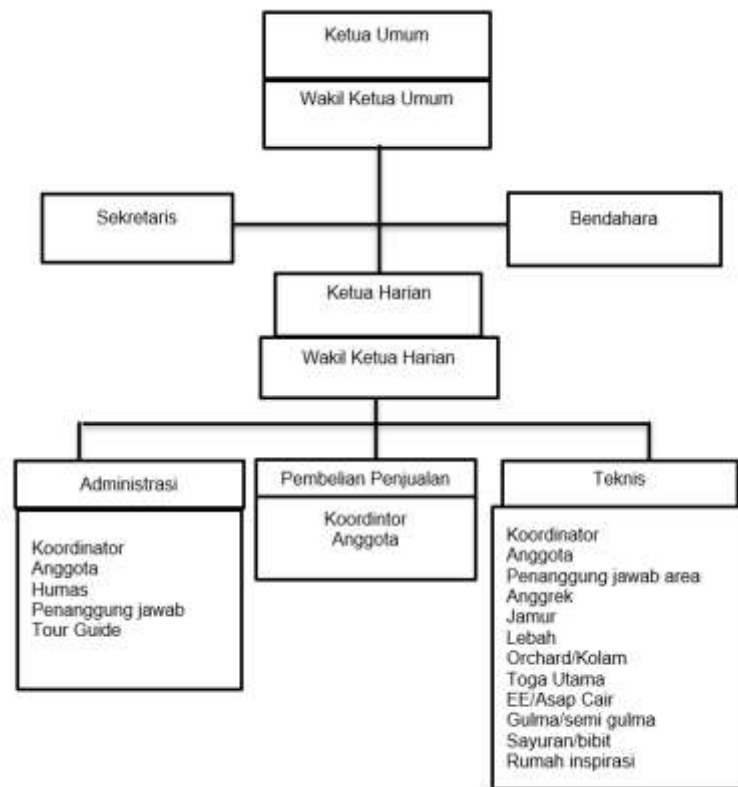
4.1. Keadaan Umum Obyek Penelitian

Socfindo Conservation merupakan program inisiatif konservasi lingkungan yang dikelola oleh istri-istri dari karyawan PT Socfin Indonesia, yang merupakan sebuah perusahaan perkebunan kelapa sawit dan karet. *Socfindo Conservation* merupakan program yang bertujuan untuk menjaga keberlanjutan lingkungan dan meningkatkan kualitas ekosistem yang ada di sekitar area perkebunan. Program ini sangat berfokus dalam menjaga, melindungi, serta mengembangkan keanekaragaman hayati melalui penanaman pohon, rehabilitasi habitat, dan pengembangan tanaman obat. Selain itu *Socfindo Conservation* memanfaatkan TOGA (Taman Obat Keluarga) sebagai sarana untuk pendidikan, konservasi keanekaragaman hayati dan warisan budaya, hingga pemberdayaan masyarakat setempat.

Taman *Socfindo Conservation* memiliki luas tanah sebesar 1,2 hektare dan memiliki kurang lebih 1.500 spesies tanaman yang dikelompokkan beberapa plot agar mudah untuk mengidentifikasi dan pengelompokan jenisnya. *Socfindo Conservation* memiliki halaman *website* socfindoconservation.co.id yang dapat diakses sehingga dapat memudahkan dalam mencari informasi-informasi mengenai tanaman-tanaman yang ada di taman herbal *Socfindo Conservation*. Demi memberikan pelayanan yang terbaik, *Socfindo Conservation* memiliki fasilitas-fasilitas yang dapat di nikmati oleh pengunjung di antaranya yaitu musholla, *playground* buat anak-anak, toilet yang bersih, parkir yang luas, air minum gratis, hingga perpustakaan.

Socfindo Conservation menyediakan beberapa produk pelatihan edukasi yang dapat dipilih oleh pengunjung untuk di praktikan sesuai dengan paket produk yang telah dipilih. Produk pelatihan ini dibuat guna meningkatkan pemahaman dan keterampilan dalam pembuatan atau merancang suatu produk. Dengan beragam pilihan paket produk yang tersedia, pengunjung dapat menyesuaikan paket produk pelatihan sesuai dengan kebutuhan dan minat mereka. Adapun produk yang di tawarkan *Socfindo Conservation* antara lain teh herbal, olahan biskuit, olahan jamu, ramuan minuman kesehatan, tepung herbal, simplisia, minuman fermentasi kombucha dan madu.

Dalam pengelolaannya *Socfindo Conservation* memiliki struktur organisasi yang sangat penting dalam menunjang visi dan misi *Socfindo Conservation*. Berikut struktur organisasi yang ada di taman herbal *Socfindo Conservation* tertera pada gambar 3 berikut.



Gambar 3. Struktur Organisasi *Socfindo Conservation*

Socfindo Conservation merupakan taman herbal yang berbasis edukasi atau agrowisata. Taman *Socfindo Conservation* didesain agar dapat memberikan pengalaman belajar yang interaktif mengenai tanaman konservasi dan tanaman herbal. Di dalam pengelolaannya *Socfindo Conservation* terbagi menjadi beberapa divisi di antaranya yaitu divisi *greenhouse*, pembibitan, sayuran, buah-buahan, pupuk, palem-palem, anggrek, tanaman air, dan jamur yang semuanya di kontrol oleh ibu-ibu pengelola.

4.2. Sistem dan Produk Wisata di Taman Tanaman Obat *Socfindo Conservation*

Socfindo Conservation merupakan taman agrowisata yang menawarkan sebuah pengalaman wisata yang edukatif melalui sistem pengelolaan yang terorganisir dengan baik hingga menciptakan produk herbal yang menarik. *Socfindo Conservation* tidak hanya berfokus pada pembudidayaan tanaman konservasi dan taman eduwisata saja melainkan pemanfaatan berbagai jenis tanaman obat yang memiliki khasiat kesehatan dan kecantikan. *Socfindo Conservation* menawarkan produk turunan berupa produk-produk herbal berupa teh herbal, olahan biskuit, olahan jamu, ramuan minuman kesehatan, tepung herbal, simplisia, minuman fermentasi kombucha dan madu. Produk-produk herbal tersebut bisa didapatkan langsung di taman *Socfindo Conservation* dan di toko *Online* yang tersedia di *tokopedia*, *lazada* dan *shopee*. Berikut produk-produk yang di tawarkan *Socfindo Conservation*:

Tabel 1. Produk turunan Socfindo Conservation

No	Produk	Manfaat	Bahan
1.	Teh Chamomile	Meredakan stres, mencegah diabetes, dan menjaga kesehatan jantung	Bunga chamomile dan kamillen
2.	Teh All Gingger	Anti mual, menjaga kesehatan jantung, mengontrol berat badan, mencegah kanker, meredakan sakit kepala, melindungi kesehatan otak, dan mengurangi nyeri	Jahe merah, jahe gajah dan jahe empurit
3.	Kelor Jahe	Menurunkan kadar kolesterol, meredakan sakit kepala, mengontrol gula darah, mencegah kanker, memberi nutrisi pada tubuh, stunting, mengentalkan asi, dan kaya akan antioksidan	Jahe dan kelor
4.	<i>Glowing tea</i>	Meningkatkan kecantikan kulit dan kesehatan kulit	<i>Greentea</i> , markisa, lemon, calendulla, dan mawar
5.	Telang lemon	Dapat mengurangi stres, membantu tidur, meningkatkan kerja otak, memperbaiki kulit dan rambut, menurunkan gula darah, mencegah kanker, dan meredakan migren	Telang lemon
6.	<i>Sunbrust tea</i>	Menyegarkan tubuh dan mampu meningkatkan energi dan fokus pada tubuh	Teh hijau, serai, lemon, daun mint, dan mawar
7.	<i>Cece tea</i>	Meningkatkan kualitas pencernaan	Teh hijau, rosella, nanas, bunga kenop, dan mawar
8.	Teh telang original	Dapat mengurangi stres, membantu kualitas tidur, meningkatkan cara berpikir, memperbaiki kulit dan rambut, menurunkan gula darah, mencegah kanker dan meredakan migren	Bunga telang
9.	<i>cookies</i> Kelor	Untuk pemberian makanan tambahan anak balita, biskuit ibu hamil, dan mencegah dan mengatasi <i>stunting</i> pada anak	Tepung terigu, tepung maizena, bubuk kelor, <i>butter</i> , tepung gula, vanilli cair, dan garam
10.	Jamu segar	Membantu meningkatkan nafsu makan, meningkatkan stamina, mengurangi rasa nyeri pada wanita, dan awet muda	Temulawak, kunyit, jahe, kencur, asam jawa, gula merah dan air
11.	Ramuan kencing manis	Menurunkan kadar gula darah dan menjaga metabolisme tubuh	Daun salam, herba sambiloto, kayu manis, dan rimpang temu lawak
12.	Ramuan asam urat	Mengurangi kadar asam urat dalam darah	Herba tempuyung, kayu secang, daun kepel, rimpang temu lawak, rimpang kunyit dan herbal meniran
13.	Ramuan Kolesterol	Menurunkan kadar kolesterol dalam darah	Daun jati Cina, daun jati Belanda, herba

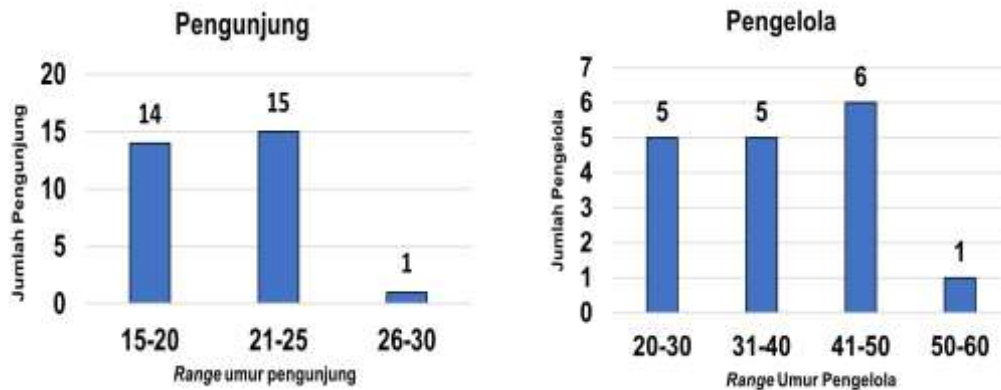
			tempuyung, daun teh hijau, rimpang kunyit, rimpang temu lawak, dan herbal meniran
14.	Ramuan Radang Sendi	Mengurangi peradangan sendi dan menghilangkan nyeri	Biji adas, herba rumput bolong, daun kumis kucing, rimpang kunyit, rimpang temu lawak, dan herbal meniran
15.	Ramuan Tekanan Darah Tinggi	Meningkatkan sirkulasi darah dan menurunkan tekanan darah	Herba seledri, herba pegagan, daun kumis kucing, rimpang temu lawak, rimpang kunyit dan herbal meniran.
16.	Ramuan Wasir	Mencegah sembelit dan meredakan sakit wasir	Daun ungu, daun iler, daun duduk, rimpang kunyit, rimpang temu lawak, dan herbal meniran.
17.	Tepung herbal	Anti hipertensi, anti infalmasi, anti kanker, anti diare, anti alergi(asma), mengatasi anemia, mengobati pembengkakan kelenjar, mengobati luka infeksi dan gigitan ular	Kelor
18.	Minuman Fermentasi Kombucha	Sebagai sumber probiotik, membantu menurunkan lemak, mengandung anti oksidan, membantu melawan bakteri, menjaga kestabilan gula darah dan memelihara fungsi hari serta ginjal.	Teh, gula, air, dan scoby.

Sumber: *Socfindo Conservation*

4.3. Profil Responden

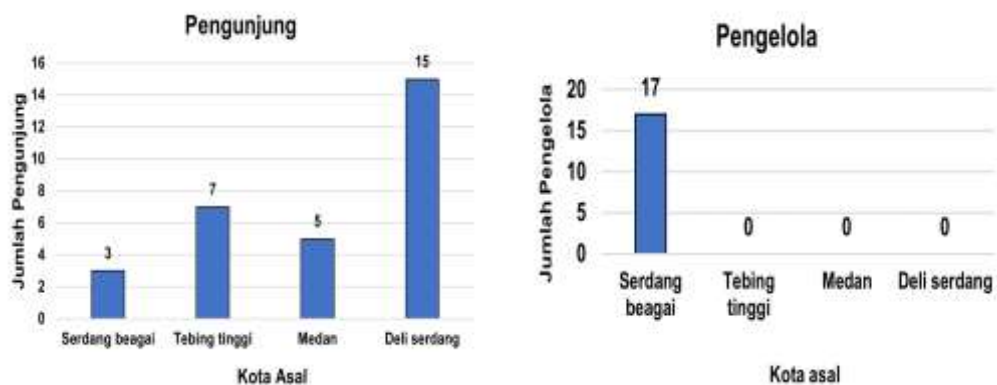
Dalam penelitian ini responden yang digunakan merupakan responden yang terpercaya karena responden memiliki latar belakang yang relevan sehingga dapat memberikan data yang akurat. Responden yang ditargetkan dalam pengumpulan data sebanyak 50 responden, namun pada saat pengumpulan data dilakukan pihak pengelola kurang 3 responden dikarenakan keluar kota sehingga menjadi 47 responden. Dalam pengumpulan data, penelitian ini di bagi menjadi 2 kelompok yaitu sebanyak 20 responden untuk pihak pengelola dan 30 responden diperoleh dari pengunjung *Socfindo Conservation*. Pada saat pengumpulan data untuk responden pengunjung, datanya diperoleh dari berbagai sekolah dan perguruan tinggi sehingga data kuesioner yang diperoleh tidak hanya bersumber dari 1 instansi saja.

Untuk data profil responden berdasarkan usia dapat di lihat pada gambar 4, dimana data kuesioner untuk pengunjung lebih dominan umur 21 sampai 25 yaitu sebanyak 15 orang. Dapat dinyatakan bahwa untuk data pengunjung tersebut diperoleh dari kalangan mahasiswa perguruan tinggi yang telah berkunjung ke *Socfindo Conservation*. Pada data kuesioner berdasarkan usia untuk pengelola umur 41 sampai 50 lebih dominan yaitu sebanyak 6 orang.



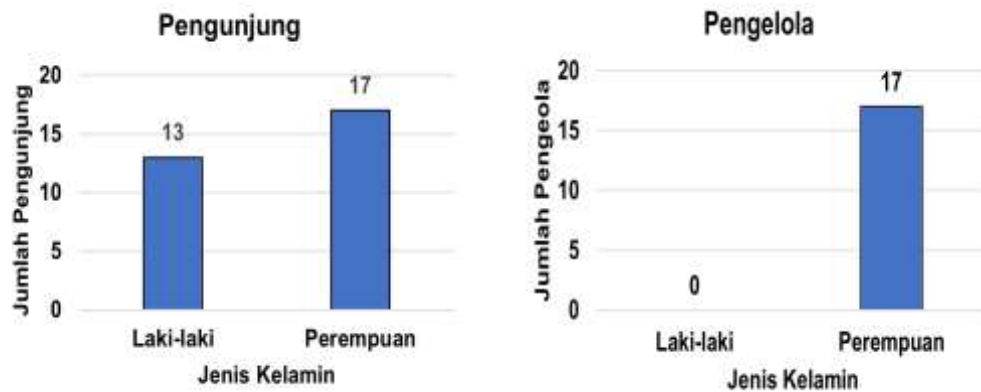
Gambar 4. Profil Responden Berdasarkan Usia

Gambar 5 menunjukkan data-data berdasarkan asal daerah tempat tinggal pengunjung dan pengelola. Pada data kuesioner untuk pengunjung menunjukkan bahwa responden yang berasal dari daerah Deli serdang lebih banyak sebanyak 15 orang di bandingkan dengan daerah lainya seperti Tebing tinggi sebanyak 7 orang, kota Medan sebanyak 5 orang, dan Serdang Beagai sebanyak 3 orang. Pada data kuesioner pengelola dapat dilihat bahwa seluruh pengelola *Socfindo Conservation* berada di Serdang Beagai. Hal ini dikarenakan pengelola *Socfindo Conservation* merupakan istri-istri karyawan perkebunan Pt. Socfin Indonesia yang lokasi tempat tinggalnya berada di wilayah per kebun Pt. Socfin Indonesia.



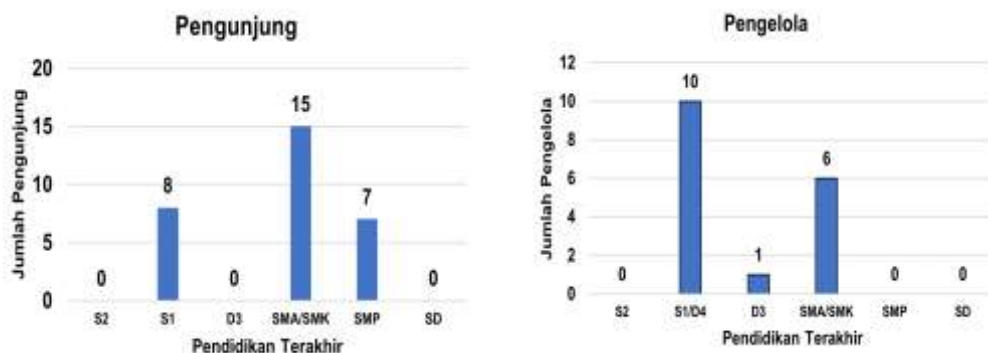
Gambar 5. Profil Responden berdasarkan Asal Daerah Tempat Tinggal

Pada gambar 6 menunjukkan data-data mengenai profil responden berdasarkan jenis kelamin pengunjung dan pengelola. Dari data pengunjung di bawah dapat dijelaskan bahwa responden yang dominan mengisi kuesioner tersebut iyalah perempuan dengan total 17 orang responden, sedangkan responden untuk laki-laki yaitu sebesar 13 orang. Pada data responden untuk pengelola *Socfindo Conservation* semuanya berjenis kelamin perempuan yaitu 17 orang.



Gambar 6. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Pada gambar 7 menunjukkan data-data mengenai profil responden berdasarkan pendidikan terakhir pengunjung dan pengelola. Untuk data pengunjung, dapat dilihat bahwa paling banyak yang berkunjung *Socfindo Conservation* ialah berpendidikan terakhir SMA/SMK dimana pengunjung tersebut merupakan anak-anak dari perguruan tinggi yaitu sebanyak 15 orang, sedangkan yang untuk berpendidikan terakhir S1 sebanyak 8 orang merupakan guru-guru dan staf sekolah. Di samping itu ada pengunjung yang berpendidikan terakhir SMP sebanyak 7 orang, dimana pengunjung tersebut merupakan anak-anak dari tingkat SMA. Pada data responden untuk pengelola, mayoritas pendidikan terakhirnya ialah S1 dengan total 10 orang.



Gambar 7. Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

BAB V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Menentukan tingkat keberlanjutan ekonomi dan pemasaran produk pada usaha eduwisata

Pada tabel 2 dijelaskan bahwa nilai tingkat keberlanjutan aspek ekonomi, sosial, lingkungan, dan pemasaran serta secara keseluruhan keberlanjutan ekonomi dan pemasaran produk pada usaha eduwisata pada nilai 89,38 yaitu pada status sangat berkelanjutan. Pada tabel 2 dapat dilihat bahwa aspek ekonomi, sosial, lingkungan, dan pemasaran sama-sama memiliki tingkat keberlanjutan dengan nilai 90 yaitu dapat dikatakan sangat berkelanjutan. Untuk aspek pemasaran memiliki nilai tingkat keberlanjutan yang paling rendah dibandingkan dengan nilai aspek lainnya yaitu sebesar 87,5.

Berdasarkan penelitian terdahulu (Pertanian, 2024) dapat dibandingkan bahwa keberlanjutan pemasaran produk pada usaha eduwisata *Socfindo Conservation* lebih tinggi dari pada keberlanjutan pemasaran BUMDES di kota Batu. Pada status keberlanjutan pemasaran di *Socfindo Conservation* berada dinilai status sangat berkelanjutan sedangkan pada keberlanjutan pemasaran BUMDES di kota Batu berada dinilai status cukup berkelanjutan. Perbandingan ini dapat dinyatakan karena pada dasarnya tujuan awal dibentuknya *Socfindo Conservation* adalah demi keberlangsungan semua aspek antara lain aspek ekonomi, sosial, lingkungan dan pemasaran sehingga keberlanjutan pemasaran *Socfindo Conservation* berada pada sangat berkelanjutan.

Tabel 2. Nilai Tingkat Keberlanjutan

Nilai Keberlanjutan		
No.	Aspek	Nilai Saat Ini
1	Ekonomi	90
2	Sosial	90
3	Lingkungan	90
4	Pemasaran	87,5
Total Rata-rata		89,38
Status Keberlanjutan		Sangat Berkelanjutan

Sumber: Hasil Analisis *Software MSA*

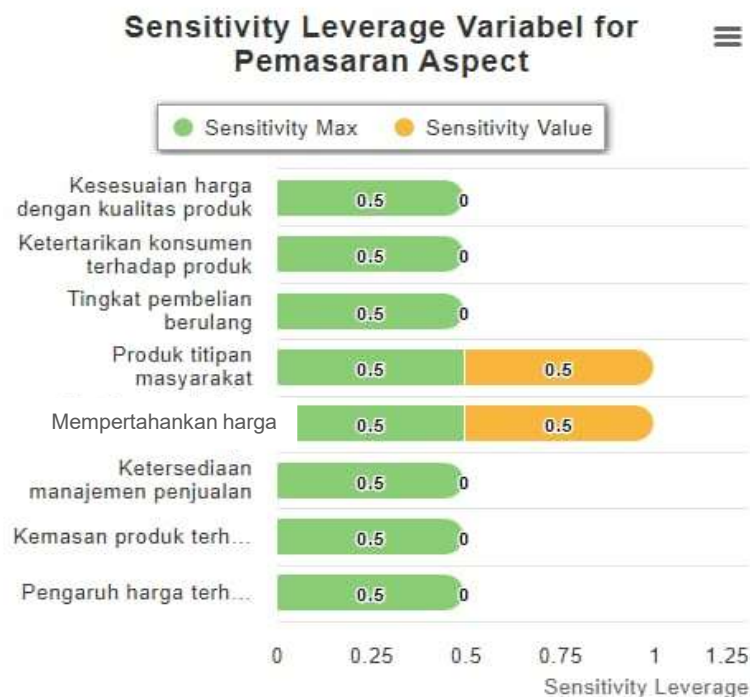
5.2. Merancang konsep pemasaran untuk meningkatkan keberlanjutan pemasaran produk eduwisata

5.2.1. Peningkatan Aspek Pemasaran

Untuk meningkatkan aspek pemasaran berdasarkan faktor yang sensitif terhadap keberlanjutan pemasaran produk eduwisata *Socfindo Conservation*, berdasarkan gambar 8 terlihat bahwa variabel sensitif yaitu produk titipan masyarakat dan mempertahankan harga jual produk. Dapat dikatakan bahwa kedua variabel sensitif tersebut memiliki nilai sensitif yang dapat ditingkatkan, sedangkan variabel-variabel lain berada pada batas maksimal sehingga tidak dapat ditingkatkan kembali.

Berdasarkan penelitian (Al Islami et al., 2024) mengatakan bahwa variabel harga pada keberlanjutan usaha tani kopi organik di kecamatan

Arjasa merupakan indikator yang sensitif sama halnya dengan variabel sensitif pada keberlanjutan pemasaran produk eduwisata *Socfindo Conservation*. Pada variabel yang sensitif yaitu mempertahankan harga jual produk, hal yang dapat terjadinya perubahan harga disebabkan karena perubahan biaya produksi dimana tidak stabilnya harga-harga bahan baku, alat-alat produksi, dan biaya energi maupun transportasi. Untuk menjaga agar harga produk tetap stabil maka pengelola dapat mengendalikan biaya produksi yang efisien dimana memangkas biaya-biaya yang tidak terlalu penting dalam proses produksi dan menggunakan bahan-bahan baku yang bersumber dari masyarakat-masyarakat setempat agar mengurangi biaya energi dan transportasi.



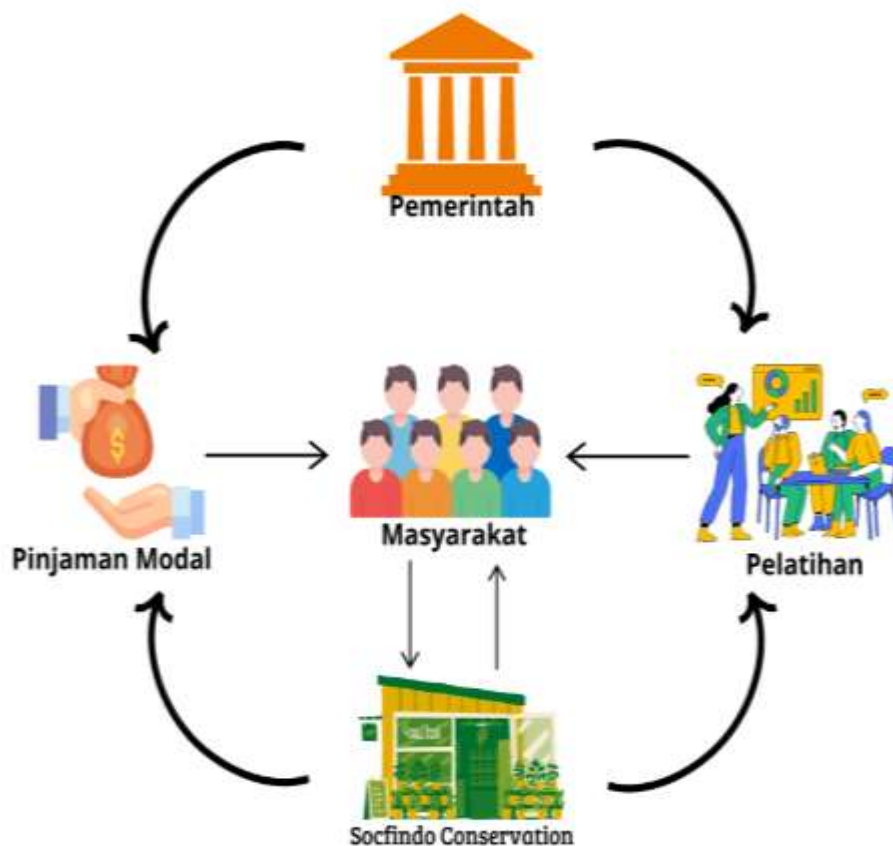
Gambar 8. *Sensitivity leverage variable for Pemasaran Aspect*

Skenario pertama yaitu perbaikan aspek pemasaran dimana menekankan pada perbaikan aspek pemasaran, dapat menggunakan model desain yang diilustrasikan pada Gambar 9 dan 10. Model ini dapat menjadi pendekatan praktis untuk meningkatkan keberlanjutan pemasaran produk eduwisata *Socfindo Conservation*.

Pada gambar 9 tersebut merupakan strategi yang dapat diterapkan untuk perbaikan variabel produk titipan masyarakat dengan cara pemerintah setempat dan *Socfindo Conservation* memberikan pelatihan-pelatihan dan edukasi kepada masyarakat mengenai bagaimana cara mengelola tanaman-tanaman herbal menjadi produk yang berkualitas, hal ini bertujuan agar masyarakat lebih mengetahui pentingnya kualitas produk serta bentuk kemasan sehingga konsumen dapat tertarik pada produk herbal tersebut. Dengan diadakannya kegiatan pelatihan-pelatihan dan edukasi tersebut masyarakat akan lebih bertambah wawasannya dalam pengembangan produk-produk herbal, bagaimana mereka menghasilkan

produk yang berkualitas, mampu menghasilkan macam-macam produk herbal dan mampu bertanggung jawab untuk menghasilkan produk sesuai permintaan. Dengan diterapkannya kegiatan pelatihan tersebut maka dapat meningkatkan produk titipan masyarakat.

Socfindo Conservation dan pemerintah setempat juga diharapkan 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. Hal ini sangat berkelanjutan di masa yang akan datang karena akan menguntungkan kepada pihak-pihak yang terlibat di dalamnya.



Gambar 9. Desain Model Skenario Pertama Variabel Produk Titipan Masyarakat

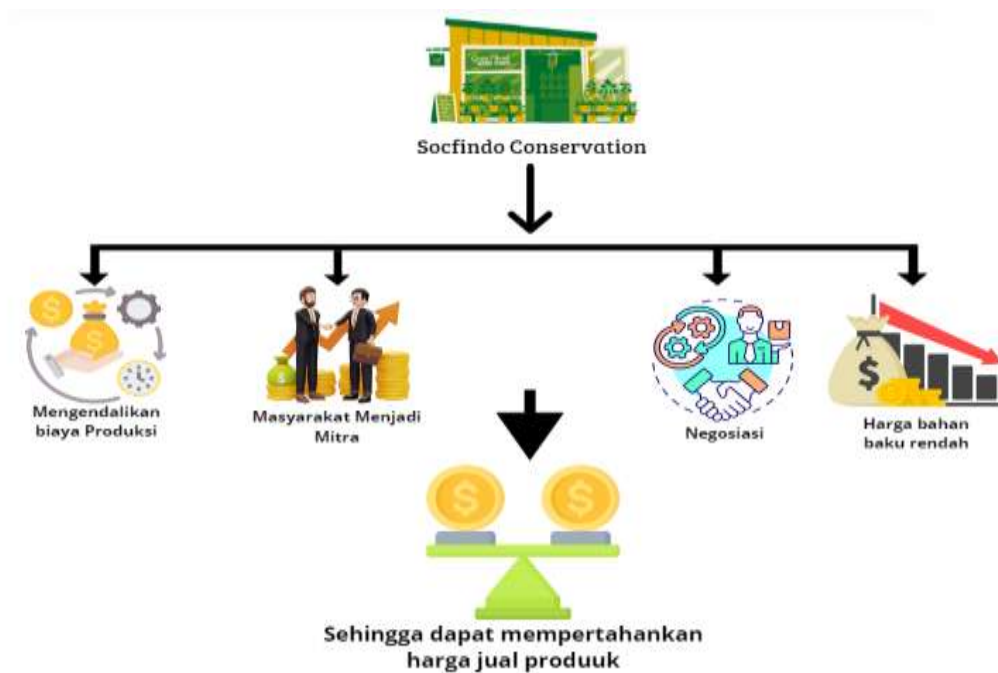
Pada gambar 10 bahwa strategi yang dapat diterapkan untuk perbaikan variabel mempertahankan harga jual produk dengan beberapa cara sebagai berikut:

1. Pengelola *Socfindo Conservation* mengevaluasi, mengatur dan mengendalikan biaya produksi agar menekan biaya yang lebih besar sehingga dapat mempertahankan harga produk, contohnya seperti biaya variabel dan biaya tetap.
2. Menjadikan masyarakat-masyarakat setempat sebagai mitra pemasok produk. Hal ini bertujuan agar memangkas biaya-biaya

transportasi dikarenakan sumber pemasoknya berada di sekitar lingkungan *Socfindo Conservation*.

3. Menjalin hubungan jangka panjang atau menjalin kontrak ke pemasok bahan baku agar dapat bernegosiasi dan dapat memberikan harga bahan baku yang lebih stabil.
4. Strategi dalam pembelian bahan baku dalam jumlah yang besar. Misalnya membeli bahan baku produk herbal pada saat harganya rendah sehingga dapat menghemat pengeluaran.

Dengan menerapkan kelima cara tersebut, harga pada produk herbal tidak akan mengalami tingkat perubahan harga ataupun tetap bertahan hingga dalam waktu jangka panjang.



Gambar 10. Desain Model Skenario Pertama Variabel Mempertahankan Harga Jual Produk