

## BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN

### 6.1. Kesimpulan

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. Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan aspek pemasaran dilakukan perbaikan berdasarkan faktor-faktor yang sensitif dimana faktor sensitif tersebut ialah produk titipan masyarakat dan mempertahankan harga jual produk.

Desain strategi keberlanjutan pemasaran yang dapat dilakukan berdasarkan faktor sensitif yaitu pemerintah setempat dan *Socfindo Conservation* memberikan pelatihan-pelatihan dan edukasi kepada masyarakat 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 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.

Pengelola *Socfindo Conservation* diharapkan lebih mengevaluasi, mengatur dan mengendalikan biaya produksi agar menekankan biaya yang lebih besar sehingga dapat mempertahankan harga produk, contohnya seperti biaya variabel dan biaya tetap. 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*. Menjalinkan hubungan jangka panjang atau menjalin kontrak ke pemasok bahan baku agar dapat bernegosiasi dan dapat memberikan harga bahan baku yang lebih stabil. Strategi dalam pembelian bahan baku dalam jumlah yang besar, misalnya membeli bahan baku produk herbal pada saat harganya rendah sehingga dapat menghemat pengeluaran.

### 6.2. Saran

Adapun saran yang dapat di berikan yaitu:

- a. *Socfindo Conservation* harus lebih meningkatkan edukasi serta promosi terhadap konsumen bahwa produk-produk herbal itu sangat baik dan bermanfaat bagi kesehatan tubuh manusia. Dengan

dijalankannya kegiatan tersebut maka banyak orang akan sadar betapa berpengaruhnya produk-produk tanaman herbal bagi tubuh.

- b. *Socfindo Conservation* disarankan untuk memperkuat lagi kemitraannya kepada masyarakat agar tidak terjadi kelangkaan bahan baku serta mampu berpartisipasi dalam membantu menggerakkan ekonomi setempat.
- c. *Socfindo Conservation* diharapkan memiliki *standart* sertifikasi halal guna menarik minat beli dan kepercayaan konsumen terhadap produk-produk herbal *Socfindo Conservation*.