

BAB I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Socfindo Conservation merupakan taman eduwisata yang berdiri sejak 2019. Taman herbal *Socfindo Conservation* memiliki luas lahan sebesar 1,2 hektar dengan lebih dari 1500 spesies tanaman yang dibudidayakan di antaranya tanaman obat atau herbal, sayuran, gulma yang berpotensi sebagai obat dan tanaman hias. Tujuan *Socfindo Conservation* adalah sebagai wadah untuk pengembangan serta membudidayakan tanaman-tanaman herbal, pengembangan pendidikan lingkungan, hingga pemberdayaan masyarakat setempat. *Socfindo Conservation* memiliki prospek dalam menciptakan produk-produk herbal yang sangat baik untuk dikembangkan, Dimana mereka memiliki jenis tanaman herbal yang banyak sehingga dapat menciptakan produk-produk herbal yang berguna untuk kesehatan.

Tanaman herbal merupakan tanaman hortikultura yang dimanfaatkan sebagai obat-obatan alami bagi manusia untuk menyembuhkan dan mencegah berbagai penyakit (Sarno, 2019). Tanaman herbal juga dikenal dengan nama *Biofarmaka* karena tanaman herbal memiliki senyawa bioaktif yang berguna untuk melawan dan mencegah berbagai macam penyakit pada tubuh manusia. Pada zaman dahulu manusia menggunakan tanaman herbal sebagai bahan untuk bumbu pelengkap dan penyedap masakan, namun seiring perkembangan zaman tanaman herbal dijadikan sebagai obat tradisional dan bahan obat-obatan modern. Banyak jenis tanaman obat yang dapat dijumpai di hampir seluruh wilayah Indonesia dengan karakteristik masing-masing sesuai dengan daerah tumbuhnya. Tanaman obat ini juga relatif mudah pembudidayaannya dan kerap dijumpai dilingkungan sekitar dikarenakan pembudidayaannya dan harganya cukup terjangkau.

Socfindo Conservation memiliki beberapa produk turunan atau produk hilir yang dihasilkan dari taman obat Indonesia, di antaranya teh herbal, olahan biskuit, olahan jamu, ramuan minuman kesehatan, tepung herbal, simplisia, minuman fermentasi kombucha dan madu. Sebagai tempat eduwisata yang menghasilkan produk turunan berbasis tanaman herbal, di perlukannya desain pemasaran berkelanjutan yang tepat agar minat beli konsumen meningkat di masa yang akan datang, menjaga keseimbangan ekosistem serta meningkatkan ketertarikan terhadap nilai produk-produk herbal. Berdasarkan visi dan misinya, *Socfindo Conservation* diharapkan dapat berfungsi sebagai sarana promosi tanaman herbal, menciptakan produk-produk-produk hilir berbasis tanaman herbal yang bermanfaat, menyediakan platform edukatif untuk masyarakat, dan menjadi penyokong pertumbuhan ekonomi di wilayah sekitar.

Dapat Dikatakan bahwa masyarakat Indonesia banyak yang memiliki kebiasaan menggunakan obat-obatan dari tanaman herbal yang sudah menjadi tradisi turun temurun. Meskipun minat terhadap obat-obatan dari tanaman herbal terus meningkat, industri ini masih dihadapkan pada berbagai tantangan, terutama dalam hal pemasaran. Seiring dengan

pertumbuhan industri produk hilir tanaman herbal, persaingan antar produsen juga semakin ketat. Pemasaran produk obat-obatan dari tanaman herbal menjadi sangat penting, mulai dari memperkenalkan produk kepada konsumen, membangun citra merek yang kuat, hingga memastikan pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Saat ini Sebagian besar produk-produk hilir dari tanaman herbal *Socfindo Conservation* dipasarkan kepada para pengunjung yang berkunjung ke *Socfindo Conservation*, dan ada juga konsumen yang membeli produk dengan sistem *PO (Pre Order)*. *Socfindo Conservation* juga aktif memperkenalkan produk-produknya melalui acara-acara tertentu seperti pameran dan bazar.

Pemasaran berkelanjutan atau sering disebut dengan *Green Marketing* yaitu merujuk pada praktik dan teknik pemasaran yang mempromosikan produk atau layanan sebagai ramah lingkungan atau berkelanjutan, sehingga penggunaan praktik ini mampu untuk menciptakan keuntungan yang bersaing bagi bisnis (Wardhana, 2023). *Green Marketing* bertujuan untuk mendorong konsumen untuk mengadopsi pola konsumsi yang lebih ramah lingkungan dan berkelanjutan, sehingga meminimalkan dampak negatif *konsumerisme* terhadap kelestarian alam dan keseimbangan ekosistem (Wardhana, 2023).

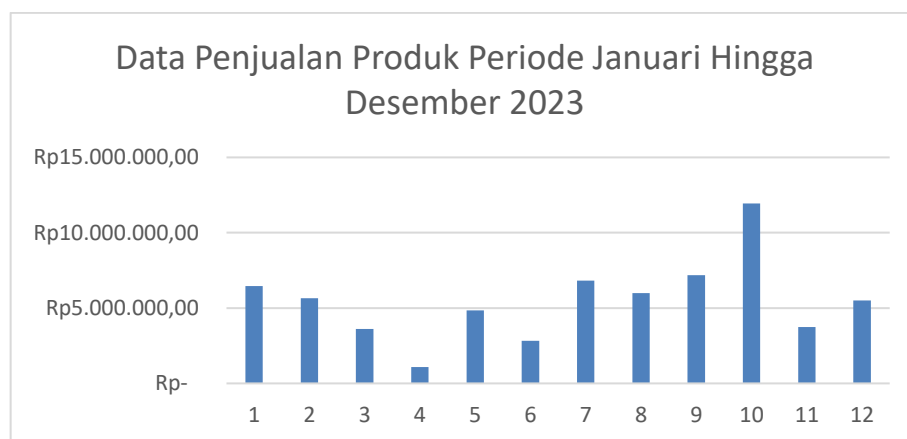
Keberlanjutan pemasaran produk pada usaha *Socfindo Conservation* merupakan kunci dalam menghadapi tantangan-tantangan global seperti perubahan iklim, kekurangan sumber daya, dan tuntutan konsumen yang semakin bervariasi terhadap produk serta layanan yang ramah lingkungan. Keberlanjutan tidak hanya mencakup aspek lingkungan, tetapi juga aspek ekonomi, sosial hingga pemasaran (Arifin et al., 2023). Dengan memahami dan menerapkan prinsip-prinsip keberlanjutan dalam strategi pemasaran, diharapkan *Socfindo Conservation* dapat menciptakan nilai jangka panjang baik bagi bisnisnya maupun lingkungan. Keberlanjutan dapat memungkinkan *Socfindo Conservation* memperkuat hubungan dengan konsumen yang semakin sadar lingkungan, sehingga meningkatkan loyalitas merek dan memperluas pangsa pasar.

1.2. Rumusan Masalah

Socfindo Conservation merupakan taman tanaman herbal yang terletak di Desa Martebing, Kecamatan Dolok Masihul, Kabupaten Serdang Bedagai, Provinsi Sumatera Utara. *Socfindo Conservation* menjadi bagian dari program *corporate social responsibility* (CSR) dari PT. Socfin Indonesia sebagai bentuk kepedulian perusahaan terhadap konservasi lingkungan. *Socfindo Conservation* juga mengembangkan produk-produk dari tanaman herbal yang merupakan produk turunan dari taman itu sendiri. *Socfindo Conservation* memanfaatkan tanaman herbal seperti ginseng, jahe, temulawak, kunyit, kencur, lengkuas, bunga telang, serai wangi, dan daun kelor sebagai bahan utama untuk menjadikannya sebagai bahan baku berbagai produk olahan tanaman herbal. *Socfindo Conservation* memperkenalkan produk-produknya melalui para pengunjung, serta pada acara-acara tertentu seperti pameran dan bazar. Upaya ini sebagai bentuk untuk memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan kesadaran akan

keberadaan produk-produk konservasi yang ditawarkan oleh *Socfindo Conservation* kepada masyarakat.

Gambar 1 menunjukkan data hasil penjualan produk turunan *Socfindo Conservation* pada Januari hingga Desember 2023. Data menunjukkan hasil penjualan produk turunan tanaman herbal yang relatif masih rendah, sehingga mempengaruhi pendapatan yang digunakan sebagai biaya operasional dalam pengelolaan *Socfindo Conservation*, seperti menggaji tenaga kerja, listrik, air dan keperluan lainnya. Kondisi ini dapat saja dipengaruhi oleh aspek pemasaran dari usaha *Socfindo Conservation*. Penyebab rendahnya penjualan produk turunan tanaman herbal pada usaha *Socfindo Conservation* dapat saja disebabkan peminatnya yang kurang, dimana rata-rata pengunjung adalah anak SD, SMP dan SMA. Seperti yang diketahui bahwa pada umumnya anak-anak hingga remaja tidak suka dengan makanan dan minuman herbal yang aromanya kurang menarik dan rasa yang tidak enak.



Gambar 1. Data Penjualan Produk Makanan dan Minuman Januari hingga Desember 2023

Berdasarkan penjelasan diatas dapat diidentifikasi permasalahan untuk mencari solusi dalam penelitian ini, yakni:

1. Bagaimana tingkat keberlanjutan ekonomi dan pemasaran produk turunan tanaman herbal pada usaha *Socfindo Conservation*?
2. Bagaimana konsep pemasaran produk turunan tanaman herbal pada usaha *Socfindo Conservation*?

1.3. Tujuan Tugas Akhir

Adapun tujuan dari penelitian Tugas Akhir ini adalah:

- a. Menentukan tingkat keberlanjutan ekonomi dan pemasaran produk pada usaha eduwisata
- b. Merancang konsep pemasaran untuk meningkatkan keberlanjutan pemasaran produk eduwisata

1.4. Kontribusi/ Manfaat Tugas Akhir

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dan bermanfaat bagi pihak pengelola *Socfindo Conservation* dalam:

- a. Memberikan gagasan atau rekomendasi bentuk desain pemasaran produk turunan tanaman herbal dari *Socfindo Conservation* berdasarkan potensi dan *value* setiap produk.
- b. Memberikan gagasan berupa konsep pemasaran untuk meningkatkan keberlanjutan pemasaran produk eduwisata sehingga dapat meningkatkan ketertarikan konsumen pada produk *Socfindo Conservation* tersebut.