

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
ABSTRAK	ii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	2
1.3. Tujuan Tugas Akhir.....	3
1.4. Kontribusi/ Manfaat Tugas Akhir	3
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1. Konsep Pembangunan Pertanian Berkelanjutan	5
2.2. Dimensi Pembangunan Berkelanjutan	5
2.3. Pemasaran Berkelanjutan (<i>Sustainable Marketing</i>)	5
2.4. Produk Turunan Tanaman Herbal	6
2.5. Analisis <i>Multidimensional Scaling (MDS)</i>	6
2.6. Kerangka Pemikiran Penelitian.....	7
BAB III. METODOLOGI.....	8
3.1. Waktu dan Tempat Penelitian	8
3.2. Jenis Penelitian.....	8
3.3. Responden Penelitian	8
3.4. Jenis Data	8
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	9
3.6. Analisis Data	9
3.6.1. <i>Software Multiple aspect Sustainability Analysis (MSA)</i>	10
3.6.2. Menentukan tingkat keberlanjutan ekonomi dan pemasaran pada usaha <i>Socfindo Conservation</i>	12
3.6.3. Merancang konsep keberlanjutan ekonomi dan pemasaran pada usaha <i>Socfindo Conservation</i>	12
BAB IV. DESAIN DAN SISTEM.....	14
4.1. Keadaan Umum Obyek Penelitian	14
4.2. Sistem dan Produk Wisata di Taman Tanaman Obat <i>Socfindo Conservation</i> 15	
4.3. Profil Responden	17
BAB V. HASIL DAN PEMBAHASAN	20
5.1. Menentukan tingkat keberlanjutan ekonomi dan pemasaran produk pada usaha eduwisata.....	20

5.2. Merancang konsep pemasaran untuk meningkatkan keberlanjutan pemasaran produk eduwisata	20
BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN	24
6.1. Kesimpulan	24
6.2. Saran	24
DAFTAR PUSTAKA	26
LAMPIRAN	28

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Produk turunan Socfindo Conservation.....	16
Tabel 2. Nilai Tingkat Keberlanjutan.....	20

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Data Penjualan Produk Makanan dan Minuman Januari hingga Desember 2023	3
Gambar 2. Kerangka Berpikir	7
Gambar 3. Struktur Organisasi Socfindo Conservation	15
Gambar 4. Profil Responden Berdasarkan Usia	18
Gambar 5. Profil Responden berdasarkan Asal Daerah Tempat Tinggal.....	18
Gambar 6. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	19
Gambar 7. Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	19
Gambar 8. Sensitivity leverage variable for Pemasaran Aspect.....	21
Gambar 9. Desain Model Skenario Pertama Variabel Produk Titipan Masyarakat....	22
Gambar 10. Desain Model Skenario Pertama Variabel Mempertahankan Harga Jual Produk.....	23