



OPTIMALISASI PEMASARAN PRODUK WISATA SERTA PENGUATAN EKONOMI LOKAL DAN KESADARAN MASYARAKAT DI PULAU TIDUNG KEPULAUAN SERIBU PROVINSI DKI JAKARTA

OPTIMIZING THE MARKETING OF TOURISM PRODUCTS AND STRENGTHENING THE LOCAL ECONOMY AND PUBLIC AWARENESS IN TIDUNG ISLAND, SERIBU ISLANDS, DKI JAKARTA PROVINCE

Achmad Tarmizi^{1*}, Agung Solihin²

¹Universitas Dian Nusantara

²Universitas Dian Nusantara

*Email@korespondensi (achmad.tarmizi@undira.ac.id)

Article History:

Received: 2 Juli 2023

Revised: 2 Juli 2023

Accepted: 10 Juli 2023

Keywords: Optimization, Marketing, Reinforcement

Abstract: This study aims to optimize the marketing of tourism products on Tidung Island, Thousand Islands, DKI Jakarta Province with the aim of increasing the local economy and public awareness. Tidung Island has great tourism potential, but there are still obstacles in marketing and active community participation in developing the local economy.

The research methods used were surveys, interviews, and direct observation. The data collected includes information about tourist profiles, marketing strategies that have been implemented, as well as inhibiting factors in local economic development.

In order to optimize the marketing of tourism products, the recommended strategic steps include developing attractive tour packages, skills training for local communities, and establishing a tourist information center. In addition, collaboration between local governments, local business actors and the community is key in achieving the goal of strengthening the local economy and community awareness. This research is expected to provide input and recommendations for local governments, businesses, and the community in increasing the marketing of tourism products on Tidung Island, so that it can have a positive impact on the local economy and local community awareness.

Keywords: Optimization, Marketing, Reinforcement

Abstract: Penelitian ini bertujuan untuk mengoptimalkan pemasaran produk wisata di Pulau Tidung, Kepulauan Seribu, Provinsi DKI Jakarta dengan tujuan meningkatkan ekonomi lokal dan kesadaran masyarakat. Pulau Tidung memiliki potensi wisata yang besar, namun masih terdapat kendala dalam pemasaran dan partisipasi aktif masyarakat dalam mengembangkan ekonomi lokal. Metode penelitian yang digunakan adalah survei, wawancara, dan observasi langsung. Data yang dikumpulkan meliputi informasi tentang profil wisatawan, strategi pemasaran yang sudah dilakukan, serta faktor-faktor penghambat dalam pengembangan ekonomi lokal.

Dalam rangka mengoptimalkan pemasaran produk wisata, langkah-langkah strategis yang direkomendasikan meliputi pengembangan paket wisata yang menarik, pelatihan keterampilan bagi masyarakat lokal, serta pendirian pusat informasi wisata. Selain itu, kolaborasi antara

Received Juli 2, 2023; Revised Juli 2, 2023; Juli 10, 2023

*Corresponding author, e-mail address

pemerintah daerah, pelaku usaha lokal, dan masyarakat menjadi kunci dalam mencapai tujuan penguatan ekonomi lokal dan kesadaran masyarakat. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan rekomendasi bagi pemerintah daerah, pelaku usaha, dan masyarakat dalam meningkatkan pemasaran produk wisata di Pulau Tidung, sehingga dapat berdampak positif terhadap ekonomi lokal dan kesadaran masyarakat setempat.

Kata Kunci : Optimalisasi, Pemasaran, Penguatan

PENDAHULUAN

Analisis Situasi

Pulau Tidung, yang terletak di Kepulauan Seribu, Provinsi DKI Jakarta, memiliki potensi wisata yang besar dengan pantai yang indah, kegiatan menyelam, dan keindahan alamnya. Namun, meskipun memiliki potensi tersebut, pemasaran produk wisata di Pulau Tidung masih belum optimal, serta terdapat kendala dalam penguatan ekonomi lokal dan kesadaran masyarakat.

1. Pemasaran Produk Wisata: a. Kurangnya promosi: Pulau Tidung belum memperoleh promosi yang cukup untuk menarik perhatian wisatawan baik secara lokal maupun internasional. b. Keterbatasan akses informasi: Informasi tentang Pulau Tidung, seperti paket wisata, akomodasi, dan kegiatan yang ditawarkan, masih terbatas dan sulit diakses oleh calon wisatawan. c. Minimnya kerjasama dengan agen perjalanan: Kerjasama yang terbatas dengan agen perjalanan membuat distribusi paket wisata menjadi terbatas dan kurang efektif.
2. Penguatan Ekonomi Lokal: a. Ketergantungan pada sektor pariwisata: Ekonomi lokal Pulau Tidung masih terlalu bergantung pada sektor pariwisata, sehingga ketidakstabilan ekonomi dapat berdampak buruk pada masyarakat lokal. b. Keterbatasan keterampilan dan peluang kerja: Masyarakat lokal masih kurang memiliki keterampilan yang diperlukan dalam pengembangan produk wisata, sehingga peluang kerja dan penghasilan lokal masih terbatas.
3. Kesadaran Masyarakat: a. Kurangnya kesadaran tentang pentingnya pelestarian lingkungan: Meskipun Pulau Tidung memiliki keindahan alam yang mempesona, kesadaran masyarakat terhadap perlindungan dan pelestarian lingkungan masih kurang. b. Minimnya partisipasi masyarakat dalam pengembangan ekonomi lokal: Masyarakat lokal belum terlibat secara aktif dalam pengembangan produk wisata dan memanfaatkan peluang ekonomi yang ada.

Berdasarkan analisis situasi di atas, diperlukan langkah-langkah strategis berikut untuk mengoptimalkan pemasaran produk wisata, penguatan ekonomi lokal, dan kesadaran masyarakat di Pulau Tidung:

1. Pemasaran Produk Wisata: a. Meningkatkan promosi melalui berbagai media, seperti pemasaran online, kampanye sosial media, dan peningkatan kerjasama dengan agen perjalanan. b. Mengembangkan paket wisata yang menarik dengan menonjolkan keunikan dan keindahan Pulau Tidung. c. Membangun pusat informasi wisata yang memberikan informasi lengkap kepada calon wisatawan.
2. Penguatan Ekonomi Lokal: a. Melakukan pelatihan keterampilan bagi masyarakat lokal untuk mengembangkan produk wisata lokal, seperti kerajinan tangan dan kuliner khas. b. Mendorong diversifikasi ekonomi dengan mengembangkan sektor lain selain pariwisata, seperti pertanian, perikanan

3. Pemasaran: Meskipun potensi wisata yang ada, pemasaran produk wisata di Pulau Tidung masih belum optimal. Terdapat kekurangan dalam strategi pemasaran yang efektif, seperti kurangnya promosi melalui media online, kurangnya kerjasama dengan agen perjalanan, dan kelemahan dalam mengelola kanal komunikasi dengan wisatawan potensial.
4. Ekonomi Lokal: Meskipun adanya industri pariwisata, penguatan ekonomi lokal di Pulau Tidung masih perlu ditingkatkan. Pelaku usaha lokal, seperti pedagang kaki lima, pengrajin, dan pemilik homestay, menghadapi tantangan dalam memasarkan produk mereka dan mengembangkan bisnis mereka secara berkelanjutan.
5. Kesadaran Masyarakat: Kesadaran masyarakat tentang pentingnya menjaga lingkungan dan mempromosikan budaya lokal juga perlu ditingkatkan. Keterlibatan masyarakat dalam pengembangan produk wisata lokal, seperti kerajinan tangan dan kuliner khas, masih terbatas.
6. Kolaborasi dan Keterlibatan Pemerintah Daerah: Untuk mencapai optimalisasi pemasaran produk wisata dan penguatan ekonomi lokal, kolaborasi yang baik antara pemerintah daerah, pelaku usaha, dan masyarakat sangat penting. Peran pemerintah dalam menciptakan kebijakan yang mendukung pengembangan pariwisata, memberikan pelatihan dan pendampingan kepada pelaku usaha, serta membangun infrastruktur yang memadai, menjadi faktor kunci dalam meningkatkan situasi secara keseluruhan.

Berdasarkan analisis situasi ini, dapat ditemukan peluang untuk mengoptimalkan pemasaran produk wisata di Pulau Tidung, memperkuat ekonomi lokal, dan meningkatkan kesadaran masyarakat. Diperlukan strategi pemasaran yang lebih efektif, pelatihan dan pendampingan bagi pelaku usaha lokal, serta peningkatan kesadaran masyarakat akan pentingnya pelestarian lingkungan dan promosi budaya lokal.. Dalam kesempatan kali ini PKM yang akan diselenggarakan mengambil tema mengenai **OPTIMALISASI PEMASARAN PRODUK WISATA SERTA PENGUATAN EKONOMI LOKAL DAN KESADARAN MASYARAKAT DI PULAU TIDUNG KEPULAUAN SERIBU PROVINSI DKI JAKARTA**

METODE

Kerangka Pemecahan Masalah

Model atau pendekatan pemecahan masalah yang dilakukan dalam Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini adalah melakukan Kerangka pemecahan masalah untuk optimalisasi pemasaran produk wisata, penguatan ekonomi lokal, dan kesadaran masyarakat di Pulau Tidung, Kepulauan Seribu, Provinsi DKI Jakarta dapat mencakup langkah-langkah berikut:

1. Identifikasi Potensi dan Kendala:
 - Identifikasi potensi wisata Pulau Tidung, seperti keindahan alam, kegiatan wisata, dan budaya lokal.
 - Analisis kendala yang menghambat pemasaran produk wisata, penguatan ekonomi lokal, dan kesadaran masyarakat, seperti infrastruktur yang kurang memadai atau kurangnya pemahaman tentang kelestarian lingkungan.
2. Pengembangan Strategi Pemasaran:

- Identifikasi target pasar potensial untuk Pulau Tidung, baik dari dalam maupun luar negeri.
 - Kembangkan strategi pemasaran yang efektif, termasuk penggunaan media sosial, situs web, brosur, dan kerjasama dengan agen perjalanan.
 - Fokus pada keunikan Pulau Tidung sebagai destinasi wisata, dengan menyoroti keindahan alam, aktivitas menarik, dan budaya lokal.
3. Peningkatan Kualitas Layanan:
- Sediakan pelatihan kepada pelaku industri pariwisata di Pulau Tidung untuk meningkatkan kualitas layanan kepada wisatawan, seperti pelatihan keramahan, keterampilan komunikasi, dan keahlian menjaga kebersihan lingkungan.
 - Perbaiki fasilitas umum, seperti toilet umum, tempat parkir, dan sarana kebersihan.
4. Pengembangan Infrastruktur:
- Tinjau infrastruktur yang ada dan identifikasi area yang perlu perbaikan atau pengembangan, seperti jalan, jembatan, atau sarana transportasi.
 - Dukung perbaikan dan pengembangan infrastruktur yang mendukung pariwisata, dengan melibatkan pemerintah daerah dan pemangku kepentingan terkait.
5. Penguatan Ekonomi Lokal:
- Dukung pelaku usaha lokal dengan memberikan akses pendanaan, pelatihan pengelolaan bisnis, dan promosi produk lokal, seperti kerajinan tangan atau makanan khas daerah.
 - Dorong kolaborasi antara pelaku usaha lokal untuk meningkatkan daya saing dan peningkatan kualitas produk dan layanan.
6. Kesadaran Lingkungan:
- Lakukan kampanye pendidikan tentang pentingnya menjaga kebersihan dan kelestarian lingkungan di Pulau Tidung.
 - Ajak masyarakat untuk berpartisipasi dalam program pembersihan pantai, pengelolaan sampah, dan upaya konservasi alam.
 - Tingkatkan kesadaran akan pentingnya menjaga lingkungan dan beralih ke praktik berkelanjutan dalam industri pariwisata.
7. Monitoring dan Evaluasi:
- Tetap monitor dan evaluasi implementasi langkah-langkah yang diambil.
 - Dapatkan umpan balik dari wisatawan, masyarakat lokal, dan pemangku kepentingan terkait untuk memperbaiki dan meningkatkan strategi

Metode Pelaksanaan

Kegiatan Pengabdian Masyarakat bersifat Mono Disiplin ini terselenggara pada Semester Genap 2022/2023. Pelaksanaan kegiatan ini dapat dikategorikan menjadi 2, yaitu Pra Pelaksanaan Kegiatan dan Pelaksanaan Kegiatan, yang dapat dirinci sebagai berikut:

a. Tahap Pra Pelaksanaan Kegiatan

Jadwal Kegiatan

No	Kegiatan	Waktu
1	Survei	Genap 2022-2023
2	Rapat Pertama, penentuan kegiatan	Genap 2022-2023
3	Rapat Koordinasi dengan pemberi materi	Genap 2022-2023
4	Penyusunan Modul	Genap 2022-2023
5	Rapat Persiapan Pelaksanaan PKM	Genap 2022-2023
6	Pelaksanaan Pelatihan	Genap 2022-2023
7	Evaluasi	Genap 2022-2023
8	Pembuatan Laporan	Genap 2022-2023

Koordinasi juga dilakukan untuk anggota tim PKM, dimulai dari penyusunan proposal, pembagian tugas, penyusunan modul serta koordinasi pelaksanaannya.

b. Pelaksanaan Kegiatan

Pembagian kerja pelaksana dalam kegiatan PKM adalah sebagai berikut:

- 1. Pembicara dan Pembuat Jurnal PKM:** Achmad Tarmizi., SE. MM
- 2. Pembuat Proposal PKM dan Pelatih:** Achmad Tarmizi, SE.MM.
- 3. Pembuat Laporan PKM dan Pelatih:** Dr. Agung Solihin., SE. MM
- 4. Petugas Absensi para peserta PKM dan Asisten pelatih:**
 - a. Muhammad Ikhsan Fasa (Mahasiswa, NIM: 111221067
- 5. Petugas Operator OHP, Asisten Pelatih dan Dokumentasi:**
 - a. Ady Sukmana (Mahasiswa, NIM : 111221395)
- 6. Administrasi Surat Menyurat:**
 - a. Achmad Tarmizi, SE.MM (NIDN: 0307098302)

Pelatihan dilaksanakan pada semester Genap 2022-2023 Materi pelatihan dipaparkan oleh Tim Dosen Fakultas Bisnis dan Ilmu Sosial Program Studi Manajemen Universitas Dian Nusantara. Pelaksanaan pelatihan dibantu oleh 2 (dua) orang mahasiswa. Materi pelatihan disampaikan dengan metode melatih, mendampingi dan menjelaskan, latihan soal serta tanya jawab dengan peserta terkait penentuan harga pokok produk.

Kegiatan dibuka oleh *Master of Ceremony* (MC) dari mahasiswi FEB Undira dan acara pertama dimulai dengan adanya sambutan dari Bapak DR. Didin Hikmah Perkasa selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ilmu Sosial. Dilanjutkan pemaparan materi mengenai oleh Tim Dosen PKM. Pelaksanaan pelatihan dibantu oleh 2 (dua) orang mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Dian Nusantara. Materi pelatihan disampaikan dengan metode penjelasan dan diskusi disertai contoh kasus, tanya jawab.

Sesi berikutnya dilanjutkan dengan tanya jawab yang berlangsung dengan sangat hidup dan partisipatif. Banyak peserta yang berpartisipasi aktif memberikan masukan atau mengungkapkan permasalahan yang tengah dihadapi untuk didiskusikan upaya pemecahannya, ataupun memberikan tanggapan serta masukan bagi penyelenggara masalah-masalah yang berkaitan dengan usaha. Hasil diskusi diharapkan mampu membuka wawasan serta cara pandang baru bagi para peserta tentang pentingnya mempelajari penentuan harga pokok produk.

Narasumber dalam Pelatihan ini disampaikan oleh tim PKM yang terdiri dari:

1. **Achmad Tarmizi., SE. MM (Ketua)**
2. **Dr. Agung Solihin., SE. MM (Anggota)**

HASIL

Kelompok Sasaran Antara yang Strategis

Dalam Pengabdian ini Kelompok sasaran yang dipilih adalah Masyarakat Pulau Tidung Kepulauan Seribu.

Rancangan Evaluasi

Dalam mengevaluasi hasil yang dicapai dalam pengabdian ini, tim akan melakukan monitoring ke Masyarakat Pulau Tidung Kepulauan Seribu setelah melaksanakan pengabdian. Selain itu tim pengabdian juga melakukan penyebaran kuisioner kepada peserta pengabdian. Rencananya pengabdian kepada masyarakat ini akan dilaksanakan pada Semester Genap 2022-2023.

Partisipasi mitra,Kepekaran, dan tugas masing-masing setiap anggota Tim Pengabdian Kepada Masyarakat Tim Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) **OPTIMALISASI PEMASARAN PRODUK WISATA SERTA Penguatan EKONOMI LOKAL DAN KESADARAN MASYARAKAT DI PULAU TIDUNG KEPULAUAN SERIBU PROVINSI DKI JAKARTA**

terdiri dari beberapa anggota tim yang memiliki peran, keahlian, dan tugas masing-masing. Berikut adalah penjelasan tentang partisipasi, keahlian, dan tugas setiap anggota tim:

Rancangan evaluasi untuk optimalisasi pemasaran produk wisata, penguatan ekonomi lokal, dan kesadaran masyarakat di Pulau Tidung, Kepulauan Seribu, Provinsi DKI Jakarta dapat melibatkan beberapa metode dan indikator evaluasi berikut:

1. Survei Kepuasan Wisatawan:
 - o Melakukan survei kepada wisatawan yang telah mengunjungi Pulau Tidung untuk mengukur tingkat kepuasan mereka terhadap produk wisata, layanan, fasilitas, dan pengalaman secara keseluruhan.
 - o Menggunakan skala rating, pertanyaan terbuka, dan pertanyaan terstruktur untuk mendapatkan umpan balik yang komprehensif.
 - o Menilai persepsi wisatawan terkait kualitas layanan, kebersihan, keamanan, dan keramahan penduduk lokal.
2. Analisis Statistik:
 - o Mengumpulkan data statistik terkait kunjungan wisatawan, pendapatan pariwisata, dan pengeluaran wisatawan di Pulau Tidung.
 - o Memantau tren kunjungan wisatawan dari waktu ke waktu untuk mengevaluasi keberhasilan kampanye pemasaran dan aktivitas promosi.
 - o Menganalisis pengeluaran wisatawan untuk mengevaluasi kontribusi ekonomi pariwisata terhadap penguatan ekonomi lokal.
3. Wawancara dengan Pelaku Usaha Lokal:

- Melakukan wawancara dengan pemilik atau pengelola usaha wisata lokal di Pulau Tidung untuk mendapatkan pandangan mereka tentang dampak program optimalisasi pemasaran dan penguatan ekonomi.
 - Mendapatkan masukan tentang perubahan dalam tingkat kunjungan, pendapatan, dan keuntungan usaha mereka.
 - Mengidentifikasi kendala yang dihadapi dan rekomendasi untuk peningkatan lebih lanjut.
4. Observasi dan Monitoring:
- Melakukan observasi langsung terhadap kondisi infrastruktur, fasilitas umum, dan kebersihan lingkungan di Pulau Tidung.
 - Mengawasi pelaksanaan program pembersihan pantai, pengelolaan sampah, dan upaya konservasi alam.
 - Memantau kepatuhan terhadap praktik berkelanjutan dalam industri pariwisata.
5. Survei Kesadaran Masyarakat:
- Melakukan survei kepada masyarakat lokal di Pulau Tidung untuk mengukur tingkat kesadaran mereka tentang pentingnya menjaga lingkungan, kebersihan, dan kelestarian alam.
 - Menilai sejauh mana program edukasi dan kesadaran lingkungan telah mencapai tujuannya.
 - Mengidentifikasi tingkat partisipasi masyarakat dalam kegiatan pengelolaan lingkungan.
6. Analisis Data dan Laporan:
- Mengumpulkan dan menganalisis semua data evaluasi yang telah dikumpulkan.
 - Membuat laporan evaluasi yang merangkum temuan, kesimpulan, dan rekomendasi untuk langkah-langkah lebih lanjut.
 - Berbagi laporan evaluasi kepada pemangku kepentingan terkait, termasuk pemerintah daerah, pelaku usaha, dan masyarakat lokal.

DISKUSI

Diskusi mengenai optimalisasi pemasaran produk wisata, penguatan ekonomi lokal, dan kesadaran masyarakat di Pulau Tidung, Kepulauan Seribu, Provinsi DKI Jakarta adalah topik yang menarik dan penting. Pulau Tidung merupakan salah satu destinasi wisata populer di wilayah tersebut, dan upaya untuk memaksimalkan pemasaran produk wisata, meningkatkan ekonomi lokal, dan meningkatkan kesadaran masyarakat akan memiliki dampak yang positif secara keseluruhan.

1. Optimalisasi Pemasaran Produk Wisata:
 - Meningkatkan visibilitas melalui pemasaran digital dan media sosial untuk menarik perhatian wisatawan potensial.
 - Membangun kerjasama dengan agen perjalanan dan operator tur untuk mempromosikan Pulau Tidung sebagai tujuan wisata unggulan.
 - Mengembangkan materi promosi yang menarik, seperti video promosi, foto-foto menarik, dan ulasan positif dari pengunjung sebelumnya.
 - Memastikan ketersediaan informasi yang akurat dan mudah diakses tentang fasilitas, aktivitas, dan objek wisata di Pulau Tidung.
2. Penguatan Ekonomi Lokal:

- Mendorong pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Pulau Tidung dengan memberikan pelatihan, akses ke modal, dan bantuan teknis.
 - Menggalakkan kerjasama dengan pelaku bisnis lokal untuk menyediakan produk dan jasa yang berkualitas bagi wisatawan.
 - Mendorong wisatawan untuk berbelanja di tempat-tempat yang dikelola oleh warga lokal, seperti restoran, toko souvenir, dan penginapan lokal.
 - Memperkenalkan program kemitraan antara pelaku industri pariwisata dan warga lokal untuk meningkatkan partisipasi mereka dalam manajemen dan pengembangan pariwisata di Pulau Tidung.
3. Kesadaran Masyarakat:
- Melibatkan masyarakat setempat dalam upaya pengelolaan pariwisata melalui penyuluhan dan pelatihan mengenai praktik-praktik berkelanjutan.
 - Membangun kesadaran tentang pentingnya menjaga kebersihan, menjaga lingkungan, dan melestarikan kearifan lokal di Pulau Tidung.
 - Mengadakan kegiatan sosial dan budaya yang melibatkan masyarakat lokal, seperti festival atau acara kebersihan pantai.
 - Membentuk kelompok sukarelawan yang peduli terhadap lingkungan dan kebersihan pulau.

Melalui optimalisasi pemasaran produk wisata, penguatan ekonomi lokal, dan kesadaran masyarakat di Pulau Tidung, diharapkan pariwisata di wilayah tersebut dapat berkembang secara berkelanjutan. Hal ini akan memberikan manfaat ekonomi yang lebih luas bagi masyarakat lokal dan menciptakan kesadaran akan pentingnya menjaga keindahan alam dan lingkungan sekitar untuk generasi mendatang.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari optimalisasi pemasaran produk wisata, penguatan ekonomi lokal, dan kesadaran masyarakat di Pulau Tidung, Kepulauan Seribu, Provinsi DKI Jakarta adalah sebagai berikut:

1. Optimalisasi pemasaran produk wisata di Pulau Tidung melalui upaya meningkatkan visibilitas dan promosi akan membantu menarik minat wisatawan potensial. Penggunaan strategi pemasaran digital dan kerjasama dengan agen perjalanan dan operator tur dapat memperluas jangkauan promosi.
2. Penguatan ekonomi lokal akan memberikan manfaat langsung kepada masyarakat setempat. Melalui dukungan kepada UMKM dan kerjasama dengan pelaku bisnis lokal, pariwisata di Pulau Tidung dapat menjadi sumber penghidupan yang berkelanjutan bagi penduduk lokal.
3. Meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga lingkungan dan kearifan lokal akan memberikan dampak jangka panjang yang positif. Melibatkan masyarakat dalam pengelolaan pariwisata dan mengedukasi tentang praktik berkelanjutan akan menjaga Pulau Tidung tetap indah dan lestari.

Dengan mengoptimalkan pemasaran, memperkuat ekonomi lokal, dan meningkatkan kesadaran masyarakat, Pulau Tidung dapat menjadi destinasi wisata yang berkembang secara berkelanjutan. Ini tidak hanya akan memberikan manfaat ekonomi yang lebih besar bagi

masyarakat lokal, tetapi juga akan menjaga keindahan alam pulau dan meningkatkan kesadaran akan pentingnya pelestarian lingkungan bagi masyarakat lokal dan pengunjung.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Saya ucapkan terima kasih, Karena Dalam penyusunan Proposal ini, penulis banyak menerima bantuan, bimbingan serta dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besanya kepada :

Seluruh pengajar dan staf Universitas Dian Nusantara, yang telah banyak membantu penulis Proposal Ini Penulis menyadari Proposal ini masih jauh dari kesempurnaan sebagai satu karya ilmiah, untuk itu penulis selalu mengharap saran dan kritik dari berbagai pihak yang sifatnya membangun untuk kesempurnaannya. Penulis berharap semoga amal baik yang telah diberikan oleh semua pihak kepada penulis akan mendapat balasan dari Tuhan Yang Maha Esa, yang senantiasa melimpahkan Kasih dan Berkatnya kepada kita semua

DAFTAR REFERENSI

- Admad, kamarudin.2017. *Akuntansi Biaya*. Jakarta: Rajawali Pers
- Al. Haryono Jususp. 2011. *Dasar-Dasar Akuntansi Jilid II*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN
- Daljono. 2011. *Akuntansi Biaya : Penentuan harga pokok dan Pengendalian*. Semarang: Badan Penerbitan Universitas Diponegoro
- Harahap, Sofian Safri.2007.*Teori Akuntansi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Intan T, Hasanah F, Wardiani SR, Handayani VT. Peningkatan Kualitas Hidup Di Masa Pandemi Covid-19 dengan Penerapan Pola Hidup Sehat. *Jurdimas (Jurnal Pengabdian Kpd Masyarakat) R*. 2021;4(1):27–32.
- Kholmi, Maisyah, dan Yuningsih.2004. *Akuntansi Biaya*. Malang:Universitas Muhammadiyah.Malang
- Mardiasmo. (2000). *Akuntansi Keuangan Dasar Jilid 1 Edisi 3*. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Mulyadi. 2007. *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta : Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN
2010. *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta : Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN
2012. *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta : Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN
2014. *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta : Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN
2015. *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta : Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN
- Mursyidi. 2010. *Akuntansi Biaya*. Bandung: PT.Refika Aditama
- Purnama NQ, Sunuharyo BS, Arik Prasetya. Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Komitmen Organisasi Dan Kinerja Karyawan. Vol. 40, *Jurnal administrasi Bisnis*. 2016. p. 39–47.
- Setyawati, Yuli dan Hermawan, Sigit. (2018). Persepsi Pemilik dan Pengetahuan Akuntansi Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) atas Penyusunan Laporan Keuangan. *Jurnal*

Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia 3 (2).

Slamet Sugiri Sodikin. 2015. *Akuntansi Manajemen*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN

Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta

Supriyono, 2000. *Akuntansi Biaya: penentuan biaya dan penentuan harga pokok*. Yogyakarta: BPFE-UGM

Suryadharma Sim, 2019, *Sistem Informasi Management: Uwais Inspirasi Indonesia*

Suryadharma Sim, 2020, *The Fundamentals of Cost Accounting: : Uwais Inspirasi Indonesia*

Rencana Startegis dan Rencana Operasional FEB Universitas Trisakti

Weygandt, Jerry J & Paul D. Kimmel & Donald E. Kieso. (2019). *Financial Accounting : IFRS Edition, 4th Edition*. United States: John Wiley & Sons Inc.

Widjaja, Yani Restiani, *Et Al.* (2018). Penyusunan Laporan Keuangan Sederhana untuk UMKM Industri Konveksi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat BSI* Vol. 1 No. 1 Februari 2018 Hal 163-179.

V. Wiratna Sudjarweni. 2015. *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press

2017. *Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press

Sumber lainnya :

Galih Rizkiana, 2017. Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Dengan Metode *full costing* (Studi kasus pada konveksi Wazha67 Kp. Kanayakan Desa. Cijagra Kecamatan Paseh Kabupaten, Bandung). Skripsi pada program Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pasundan, Bandung.

Atika Sari, 2018. Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi untuk Menentukan Harga Jual Dengan Metode *full costing* (studi kasus konveksi tijay jeans Soreang, Bandung). Skripsi pada program Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Pasundan, Bandung.

Badan Pusat Statistic Provinsi Jawa Barat kerjasama dengan dinas KUKM tahun 2013.