

## OPTIMALISASI POTENSI TANAMAN HIAS LOKAL SEBAGAI PELUANG USAHA YANG BERKELANJUTAN DI KLATEN

Heri Susanto<sup>(1)</sup>

Rosita<sup>(2)</sup>

Ida Ayu Kade Rachmawati Kusasih<sup>(3)</sup>

Amy Wulandari<sup>(4)</sup>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasioanl “Veteran” Yogyakarta <sup>(1)</sup>

Fakultas Ekonomi, STIE Surakarta <sup>(2,3,4)</sup>

e-mail: [heri.susanto@upnyk.ac.id](mailto:heri.susanto@upnyk.ac.id)

### ABSTRACT

*Ornamental plants small business is one of the growing business sectors in society. However, there are still many small businesses that experience difficulties in managing financial and marketing aspects so that they cannot maximize their business potential. Therefore, community service related to cost accounting, marketing and operations is very important to help improve the performance of these small businesses. In community service related to cost accounting, the importance of understanding production costs and the resulting profits is the main focus. Training and mentoring is carried out to assist small entrepreneurs in calculating production costs and optimizing profits. In addition, in community service related to marketing, training and mentoring is carried out to increase marketing effectiveness and attract customers well. In addition, community service is also carried out related to operations, where training and assistance is provided in managing production more efficiently and effectively. It aims to reduce production costs so as to increase profits. In overall community service, the aim is to increase the understanding and skills of small entrepreneurs in managing small ornamental plant businesses. It is hoped that with this service, the community can improve the performance of their small businesses and improve their welfare through increasing income from these small businesses.*

**Keywords :** *SME's, Ornamental Plants, cost accounting, marketing and operations*

### ABSTRAKSI

Usaha kecil tanaman hias merupakan salah satu sektor usaha yang berkembang di masyarakat. Namun, masih banyak usaha kecil tersebut yang mengalami kesulitan dalam mengelola aspek keuangan dan pemasaran sehingga tidak dapat memaksimalkan potensi usahanya. Oleh karena itu, pengabdian kepada masyarakat terkait akuntansi biaya, pemasaran, dan operasional sangat penting untuk membantu meningkatkan kinerja usaha kecil tersebut. Dalam pengabdian kepada masyarakat terkait akuntansi biaya, pentingnya pemahaman tentang biaya produksi dan keuntungan yang dihasilkan menjadi fokus utama. Pelatihan dan pendampingan dilakukan untuk membantu pengusaha kecil dalam menghitung biaya produksi dan mengoptimalkan keuntungan. Selain itu, dalam pengabdian kepada masyarakat terkait pemasaran, dilakukan pelatihan dan pendampingan untuk meningkatkan efektivitas pemasaran dan menarik pelanggan dengan baik. Selain itu, pengabdian kepada masyarakat juga dilakukan terkait operasional, di mana dilakukan pelatihan dan pendampingan dalam mengelola produksi dengan lebih efisien dan efektif. Hal ini bertujuan untuk mengurangi biaya produksi sehingga dapat meningkatkan keuntungan. Dalam keseluruhan pengabdian kepada masyarakat, tujuannya adalah untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan pengusaha kecil dalam mengelola usaha kecil tanaman hias. Diharapkan dengan adanya pengabdian tersebut, masyarakat dapat meningkatkan kinerja usaha kecilnya dan meningkatkan kesejahteraan melalui peningkatan pendapatan dari usaha kecil tersebut.

**Kata kunci :** *UMKM, Tanaman Hias, akuntansi biaya, pemasaran dan operasi*

## **PENDAHULUAN**

Tanaman hias lokal memiliki potensi besar sebagai peluang usaha yang berkelanjutan. Hal ini disebabkan oleh keunikan dan keindahan tanaman hias lokal yang bisa menjadi daya tarik bagi konsumen. Selain itu, usaha tanaman hias lokal juga dapat membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal dan menjaga kelestarian lingkungan. Tanaman hias memiliki permintaan yang cukup besar di Indonesia. Hal ini disebabkan oleh budaya masyarakat Indonesia yang cenderung menyukai dan memperhatikan keindahan dan kebersihan lingkungan. Selain itu, kegiatan hobi bercocok tanam juga semakin populer di kalangan masyarakat Indonesia.

Berdasarkan data dari Asosiasi Pengusaha Tanaman Hias Indonesia (APPHI), permintaan tanaman hias di Indonesia pada tahun 2019 mencapai 5,4 miliar pot per tahun, dengan nilai produksi mencapai 7,2 triliun rupiah. Tanaman hias yang paling diminati di Indonesia antara lain bunga anggrek, bunga potong seperti mawar dan lily, serta tanaman hias daun seperti philodendron dan monstera. Selain itu, permintaan tanaman hias juga meningkat seiring dengan pertumbuhan industri properti di Indonesia. Kebutuhan tanaman hias sebagai penghias taman dan interior ruangan semakin meningkat dengan adanya proyek pembangunan rumah, apartemen, hotel, dan gedung perkantoran.

Dengan potensi pasar yang besar tersebut, pengembangan usaha tanaman hias lokal dapat menjadi peluang bisnis yang menjanjikan di Indonesia. Perlu adanya upaya optimalisasi dan pengembangan usaha tanaman hias lokal untuk memenuhi kebutuhan pasar secara berkelanjutan dan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat lokal. Namun, untuk mengoptimalkan potensi tanaman hias lokal sebagai peluang usaha yang berkelanjutan, perlu adanya strategi dan pendekatan yang tepat. Beberapa faktor seperti analisis biaya, pemasaran, dan operasional usaha juga perlu diperhatikan agar usaha ini dapat berjalan dengan baik.

Demikian juga yang terjadi pada usaha kecil tanaman Moana Garden yang dimiliki oleh Rahmawati Indra Wardhani yang berada di Desa Karang Duwet, Kelurahan Klaten Tengah, Kabupaten Klaten. Usaha ini telah berdiri sejak tahun 2018 yang diawali dari hobi dari pemilik yang baru saja berhenti dari profesinya sebagai karyawan salah satu bank swasta di Kota Klaten. Hobi yang menggunakan lahan rumah yang seadanya kemudian masuk ke suatu komunitas pecinta tanaman akhirnya ibu dari tiga orang anak ini mulai melakukan barter tanaman dengan sesama anggota komunitas. Namun tidak hanya itu ketika ada permintaan akan pembelian dari tanaman hias yang dikoleksinya maka akan dijual dengan harga sesuai pasar yang biasa terjadi di komunitas. Ibu Rahma menyaddari bahwa hobinya memiliki potensi untuk menjadi suatu usaha yang bisa menghasilkan.

Pada saat pandemic Covid 19 yang terjadi di awal tahun 2020 terbukti bahwa tanaman hias bisa dijadikan suatu usaha yang berhasil untuk membuat ibu Rahma dan komunitas pecinta tanaman hias untuk memiliki pendapatan yang cukup besar karena adanya lonjakan permintaan

saat itu. Hal tersebut menjadikan pemilik Moana Garden ini benar-benar terjun sebagai pelaku bisnis UMKM di bidang tanaman hias. Permintaan dari komunitas kemudian bergeser ke kastemer tanaman hias meskipun informasi untuk pembeli masih berasal dari komunitas, kemudian pemilik Moana Garden berusaha memasarkan usahanya ke sosial media berupa WhatsApp maupun Instagram. Memang ada penjualan dari pemasaran yang dilakukan namun masih tidak sebanyak penjualan yang terjadi tidak langsung yang terjadi di komunitas. Penjualan langsung masih kurang, tidak sebanyak penjualan di komunitas. Jemput bola penjualan juga sudah dilakukan yaitu ikut serta dalam pameran yang diadakan komunitas namun tidak banyak meningkatkan penjualannya. Pemilik usaha juga kurang memahami keuangan dalam usahanya karena pengelolaan masih secara sederhana yaitu tidak terpisah antara keuangan pribadi dan usaha. Hal ini menjadi kendala yang sangat berarti untuk usaha Moana Garden ini.

Oleh karena itu, pengabdian ini bertujuan untuk mengidentifikasi potensi tanaman hias lokal sebagai peluang usaha yang berkelanjutan dan mengembangkan strategi optimalisasi usaha tanaman hias lokal. Dalam pengabdian ini, akan dilakukan analisis biaya, operasional dan pemasaran guna mendorong pertumbuhan UMKM tanaman hias yang mempengaruhi kesuksesan usaha tanaman hias lokal serta upaya pengembangan produk dan pemasaran yang tepat untuk meningkatkan daya tarik produk tersebut. Diharapkan hasil pengabdian ini dapat memberikan sumbangan dalam pengembangan usaha tanaman hias lokal yang berkelanjutan dan mampu memberikan manfaat bagi masyarakat lokal.

Analisis permasalahan mitra diantaranya:

1. Biaya produksi tanaman Hias

Mitra kurang memperhitungkan aspek biaya produksi meliputi biaya bibit, media tanam, pupuk, pestisida, tenaga kerja, dan biaya pengelolaan lahan. Sedangkan biaya distribusi meliputi biaya pengiriman, packing, dan transportasi sehingga margin keuntungan kadang tidak diketahui.

2. Pemasaran

Pasar tanaman hias sangat kompetitif, terutama di pasar modern seperti supermarket, toko bunga, maupun e-commerce. Mitra mengungkapkan belum mampu bersaing dengan harga dan kualitas produk agar dapat mempertahankan pangsa pasarnya. Sejauh ini penjualan mitra masih didominasi penjualan pada komunitas pecinta bunga.

3. Operasional

Mitra mengalami kendala terkait operasional diantaranya kurangnya tenaga terampil dan ketergantungan pada bahan baku seperti bibit, media tanam, pupuk, dan pestisida yang berkualitas. Keterbatasan pasokan bahan baku yang berkualitas dapat menjadi kendala dalam produksi tanaman hias yang berkualitas.

Mulyadi. (2018) dan Lismawati (2023). mengungkapkan peran akuntansi biaya dalam pengambilan keputusan manajemen. Selain itu, buku ini juga membahas tentang anggaran biaya, sistem pengendalian biaya, analisis biaya-volume-laba, serta aplikasi akuntansi biaya dalam berbagai industri. Horngren (2018), Hansen (2018), Drury (2018) dan Garrison (2018) mengungkapkan pentingnya perhitungan biaya, anggaran biaya, sistem pengendalian biaya, dan evaluasi kinerja. Menurut penelitian Sari (2020), konsumen saat ini lebih cenderung memilih model pembelian online karena alasan kenyamanan seperti fleksibilitas lokasi dan waktu, harga yang lebih terjangkau, metode pembayaran yang beragam, serta pelayanan yang lebih ramah. Pratiwi (2020) menemukan bahwa media sosial, seperti Facebook, Instagram, Twitter, Line, dan WhatsApp, berperan penting dalam meningkatkan penjualan online terutama pada masa pandemi Covid-19. Rachmawaty (2021) juga menyatakan bahwa pelaku usaha yang cepat beradaptasi dengan mengoptimalkan fitur-fitur bisnis di media sosial dapat memudahkan konsumen dalam mendapatkan informasi dan bertransaksi.

Jay Heizer dan Barry Render (2016) mengungkapkan pentingnya teknik dalam mengelola sebuah perusahaan, terutama dalam hal operasional dan supply chain management. Mulai dari perencanaan, pengendalian kualitas, manajemen rantai pasok, hingga strategi pengurangan biaya. Buku ini juga menyoroti pentingnya keberlanjutan dalam operasional perusahaan. Lee J. Krajewski, Manoj K. Malhotra, dan Larry P. Ritzman (2012) mengungkapkan manajemen operasi perusahaan dan supply chain management.

## **TUJUAN DAN MANFAAT**

Dalam menjalankan usaha tanaman hias tentu ada hambatan seperti perencanaan biaya produksi, pemasaran, dan terkait operasionalnya. Dimana pemilik usaha kurang memahami keuangan dalam usahanya karena pengelolaan masih secara sederhana yaitu tidak terpisah antara keuangan pribadi dan usaha. Pemasarannya juga masih dilakukan dalam lingkup komunitas pecinta tanaman hias. Oleh karena itu, pengabdian ini bertujuan untuk mengidentifikasi potensi tanaman hias lokal sebagai peluang usaha yang berkelanjutan dan mengembangkan strategi optimalisasi usaha tanaman hias lokal.

Dalam pengabdian ini, akan dilakukan analisis biaya, operasional dan pemasaran guna mendorong pertumbuhan UMKM tanaman hias yang mempengaruhi kesuksesan usaha tanaman hias lokal serta upaya pengembangan produk dan pemasaran yang tepat untuk meningkatkan daya tarik produk tersebut. Diharapkan hasil pengabdian ini dapat memberikan sumbangan dalam pengembangan usaha tanaman hias lokal yang berkelanjutan dan mampu memberikan manfaat bagi masyarakat lokal.

## METODE PELAKSANAAN

Setelah melakukan survey lokasi dan wawancara dengan pelaku usaha Moana Garden untuk mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi, tim pengabdian bekerja sama dengan Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat mengadakan diskusi untuk merumuskan solusi yang tepat melalui berbagai kegiatan yang akan dilakukan selanjutnya diantaranya:

### 1. Pelatihan akuntansi Biaya

Penyusunan laporan akuntansi biaya untuk usaha tanaman hias dapat meliputi:

Laporan biaya produksi: Laporan ini berisi rincian biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan produk tanaman hias, seperti biaya benih, pupuk, pestisida, dan upah tenaga kerja.

Laporan harga pokok produk: Laporan ini menunjukkan total biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan produk tanaman hias, termasuk biaya bahan baku, tenaga kerja, overhead pabrik, dan biaya lainnya.

### 2. Pelatihan pemasaran

Pemasaran tanaman hias dapat dilakukan dengan beberapa cara berikut:

Membangun brand: Membangun brand atau merek dagang yang kuat dapat membuat produk tanaman hias lebih dikenal oleh masyarakat dan menjadi pilihan utama diantara produk-produk sejenis.

Menentukan target pasar: Menentukan target pasar yang tepat sangat penting dalam pemasaran tanaman hias. Hal ini dapat dilakukan dengan melakukan riset pasar untuk mengetahui karakteristik konsumen yang membutuhkan produk tanaman hias.

Menggunakan media sosial: Media sosial dapat menjadi sarana yang efektif untuk memasarkan produk tanaman hias. Dengan memanfaatkan media sosial, pemilik usaha dapat mempromosikan produk, mengadakan promo diskon, dan menginformasikan produk terbaru kepada konsumen. Mengoptimalkan SEO: Mengoptimalkan SEO (Search Engine Optimization) pada website usaha dapat membantu menempatkan produk tanaman hias pada halaman pertama hasil pencarian mesin pencari seperti Google.

### 4. Pelatihan Operasional

Operasional tanaman hias dapat mencakup beberapa hal berikut:

- a. Pengadaan bahan baku dan peralatan: Untuk memproduksi tanaman hias, perlu dilakukan pengadaan bahan baku seperti bibit, media tanam, pupuk, dan peralatan seperti pot, alat penyiram, dan sebagainya.

- b. Perencanaan produksi: Perlu dilakukan perencanaan produksi yang baik, seperti menentukan jenis tanaman yang akan diproduksi, estimasi biaya produksi, dan jadwal produksi.
- c. Pengemasan dan distribusi: Setelah tanaman hias siap untuk dipasarkan, perlu dilakukan pengemasan
- d. yang baik agar tetap segar dan tidak rusak selama proses distribusi.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Program pengabdian kepada masyarakat terkait akuntansi biaya usaha tanaman hias dirancang dengan tujuan untuk membantu Moana Garden agar dapat mengelola keuangan perusahaannya dengan lebih baik dan efektif. Dalam program ini, terdapat serangkaian kegiatan pelatihan dan pendampingan yang disediakan, dimana diharapkan Moana Garden mampu memahami pentingnya akuntansi biaya dan dapat mengimplementasikan pengetahuan tersebut dalam bisnisnya. Dengan pemahaman yang lebih baik mengenai akuntansi biaya, objek pengabdian diharapkan dapat meningkatkan efisiensi dalam pengelolaan biaya produksi, yang pada akhirnya dapat meningkatkan keuntungan dan pertumbuhan bisnisnya.

Untuk memastikan keberhasilan program pengabdian kepada masyarakat ini, tim pengabdian melakukan serangkaian pendekatan dengan Moana Garden. Pendekatan ini meliputi survey lokasi dan wawancara dengan Ibu Rahma selaku pemilik Moana Garden untuk memahami permasalahan yang mereka hadapi. Dengan memahami permasalahan yang dihadapi, tim pengabdian dapat menentukan solusi yang tepat untuk memenuhi kebutuhannya. Solusi yang dihasilkan dapat berupa pengenalan konsep dasar akuntansi biaya, pengembangan sistem pencatatan biaya produksi, serta penerapan strategi pengendalian biaya produksi yang efektif.

Melalui program pengabdian kepada masyarakat terkait akuntansi biaya usaha tanaman hias, diharapkan bahwa pemilik Moana Garden dapat mengembangkan usahanya secara berkelanjutan. Dengan pemahaman yang lebih baik mengenai akuntansi biaya dan pengelolaan keuangan perusahaan yang efektif, pemilik Moana Garden dapat mengoptimalkan penggunaan sumber daya yang dimiliki, meningkatkan kualitas produk, dan meningkatkan daya saing usaha mereka di pasar. Peningkatan keberhasilan usaha kecil dalam industri tanaman hias akan berdampak positif pada pertumbuhan ekonomi lokal dan kesejahteraan masyarakat di sekitarnya.

Program pengabdian kepada masyarakat terkait pemasaran usaha bunga hias bertujuan untuk membantu pemilik Moana Garden dalam meningkatkan penjualan dan memperluas pasar mereka. Program ini dilakukan dengan cara memberikan pelatihan dan pendampingan dalam berbagai aspek pemasaran, seperti strategi pemasaran, branding, dan promosi.



Gambar 1. Program Kerja Pengabdian

Dalam pelatihan strategi pemasaran, tim pengabdian akan memberikan pengetahuan tentang cara membuat rencana pemasaran yang efektif, mengenali sasaran pasar, serta menentukan harga jual yang tepat. Selain itu, tim pengabdian juga akan memberikan pelatihan mengenai cara memperkuat branding bisnis bunga hias dengan membuat identitas visual yang khas, seperti logo, brosur, katalog, dan website. Selain itu, pelatihan promosi juga sangat penting dalam pemasaran usaha bunga hias. Tim pengabdian akan memberikan pengetahuan tentang cara memasarkan produk secara online melalui media sosial, website, dan marketplace. Selain itu, tim pengabdian juga akan memberikan pelatihan tentang cara membuat promosi yang efektif, seperti diskon, hadiah, dan event khusus.

Disampaikan materi yang berkaitan dengan manajemen pemasaran yang menjadi ujung tombak suatu usaha atau bisnis. Pemasaran memiliki peran penting dalam memperkenalkan produk kepada masyarakat, mengajak masyarakat mencoba produk, dan mendorong masyarakat untuk membeli produk secara berulang atau kontinyu. Salah satu strategi pemasaran yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan tersebut adalah STP (Segmenting, Targeting, dan Positioning). Strategi pemasaran STP mencakup beberapa tahapan yang perlu diperhatikan secara seksama. **Tahapan pertama** adalah segmenting, yaitu proses kategorisasi dan pengelompokan semua target potensial produk yang akan dipasarkan. Syarat utama dari segmentasi yang efektif adalah measurability (terukur), substantiality (banyak), accessibility (dapat diakses), differentiability (dapat dibedakan), dan actionability (dapat dilayani).

Setelah melakukan segmentasi, **tahapan selanjutnya** adalah targeting, yaitu proses membidik pasar yang diinginkan. Dalam proses targeting, perlu dievaluasi berbagai segmen yang telah dikategorikan sebelumnya untuk memutuskan segmen mana yang akan menjadi target market. **Tahapan terakhir** dari strategi pemasaran STP adalah positioning. Positioning merupakan proses mengembangkan strategi pemasaran yang bertujuan untuk mempengaruhi pandangan segmen pasar tertentu terhadap sebuah produk dibandingkan dengan produk pesaing. Penentuan posisi pasar menunjukkan bagaimana suatu produk dapat dibedakan dari produk pesaingnya dan

menjadi lebih menarik bagi konsumen. Dengan menerapkan strategi pemasaran STP dengan baik, suatu usaha atau bisnis dapat memperoleh berbagai manfaat seperti mendapatkan sasaran yang tepat, pengelolaan yang benar, memenangkan persaingan, meraih keuntungan, serta menguasai pasar. Oleh karena itu, penting bagi pengusaha kecil untuk menerapkan pemasaran yang tepat agar dapat memaksimalkan potensi usahanya.

Program pengabdian kepada masyarakat terkait operasional usaha bunga hias bertujuan untuk membantu pemilik Moana Garden dalam meningkatkan efisiensi dan produktivitas operasional usaha bunga hias mereka. Melalui pelatihan dan pendampingan yang disediakan, diharapkan pemilik Moana Garden mampu memahami dan mengimplementasikan praktik operasional yang baik dalam bisnis mereka. Tim pengabdian akan memberikan dukungan secara langsung dalam bentuk pendampingan kepada pemilik Moana Garden tanaman hias untuk menerapkan teknik-teknik yang telah dipelajari dalam praktik operasional mereka. Hal ini bertujuan untuk memberikan bantuan dan solusi bagi para pelaku usaha dalam mengatasi kendala atau hambatan yang mungkin muncul selama proses implementasi teknik- teknik tersebut. Tim pengabdian akan membantu para pelaku usaha dalam mengidentifikasi masalah dan memberikan solusi yang tepat guna sehingga operasional usaha bunga hias mereka dapat berjalan dengan lebih efisien dan efektif.

Tidak hanya memberikan pendampingan dalam menerapkan teknik-teknik yang telah dipelajari, tim pengabdian juga akan membantu pemilik Moana Garden dalam memperkenalkan teknologi baru yang dapat meningkatkan efisiensi dan produktivitas operasional usaha bunga hias mereka. Beberapa teknologi yang dapat diperkenalkan antara lain aplikasi manajemen inventaris yang dapat membantu pemilik usaha ini dalam mengelola persediaannya dengan lebih efektif dan efisien. Selain itu, tim pengabdian juga dapat membantu pelaku usaha dalam memilih teknologi pengiriman yang lebih efektif dan efisien sehingga produk mereka dapat sampai ke tangan pelanggan dengan lebih cepat dan tepat waktu. Diharapkan melalui program pengabdian ini, pelaku usaha kecil dapat meningkatkan kualitas dan efisiensi operasional usaha bunga hias mereka sehingga dapat meningkatkan daya saing, profit dan keberlangsungan usaha. Dengan dukungan dan bantuan yang diberikan oleh tim pengabdian, para pelaku usaha kecil dapat meningkatkan kualitas produk dan layanan yang mereka tawarkan sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan dengan lebih baik lagi.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan kegiatan pengabdian kepada masyarakat terkait akuntansi biaya, pemasaran, dan operasional usaha kecil tanaman hias diantaranya, pentingnya pemahaman tentang akuntansi biaya dalam usaha kecil tanaman hias untuk mengetahui biaya produksi dan keuntungan yang dihasilkan. Pemasaran yang efektif sangat diperlukan dalam usaha kecil tanaman hias untuk menarik pelanggan dan meningkatkan penjualan. Operasional yang baik dapat meningkatkan efisiensi produksi dan mengurangi biaya produksi sehingga dapat meningkatkan keuntungan.

Pengabdian kepada masyarakat dapat membantu meningkatkan pemahaman tentang konsep-konsep akuntansi biaya, pemasaran, dan operasional dalam usaha kecil tanaman hias sehingga dapat membantu meningkatkan kinerja usaha kecil tersebut. Dengan adanya pengabdian kepada masyarakat terkait akuntansi biaya, pemasaran, dan operasional usaha kecil tanaman hias, diharapkan dapat membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui peningkatan pendapatan dari usaha kecil tersebut.

## **REFERENSI**

- Armstrong, G., & Kotler, P. (2017). *Marketing: An introduction* (13th ed.). Pearson
- Drury, C. (2018). *Management and Cost Accounting* (10th ed.). Cengage Learning EMEA.
- Fournier, S., & Avery, J. (2018). The uninvited brand. *Business Horizons*, 61(1), 65-73.
- Grönroos, C. (2017). On defining marketing: Finding a new roadmap for marketing. *Marketing Theory*, 17(2), 141-160.
- Hansen, D.R., Mowen, M.M. (2017). *Cornerstones of Cost Management*, 4th Edition. Cengage Learning.
- Hilton, R.W., & Maher, M.W. (2019). *Cost Management: Strategies for Business Decisions* (5th ed.). McGraw-Hill Education.
- Hornigren, C.T., Datar, S.M., Foster, G., Rajan, M.V. (2018). *Cost Accounting: A Managerial Emphasis*, 16th Edition. Pearson Education.
- Keller, K. L. (2019). Conceptualizing, measuring, and managing customer-based brand equity. *Journal of Marketing*, 83(2), 1-22.
- Payne, A. F., Storbacka, K., & Frow, P. (2018). Managing the co-creation of value. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 46(1), 1-24.
- Sheth, J. N., & Sisodia, R. S. (2018). *Does marketing need reform?: Fresh perspectives on the future*. Routledge.
- Verhoef, P. C., Reinartz, W. J., & Krafft, M. (2019). Customer engagement as a new perspective in customer management. *Journal of Service Research*, 22(1), 3-4.

## FOTO KEGIATAN



## UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan di Moana Garden tidak akan berjalan lancar tanpa adanya dukungan dari beberapa pihak, antara lain : (1) LPPM Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasioanl “Veteran” Yogyakarta dan LPPM Fakultas Ekonomi, STIE Surakarta yang telah memberikan ijin melakukan kegiatan ini, (2) Pemilik Moana Garden yang telah memberikan tempat dan waktunya dalam rangka kegiatan ini. (3) Mahasiswa yang ikut terlibat dalam kegiatan ini.