

# Jurnal Penelitian Teori & Terapan Akuntansi

## PEETA

---

e-ISSN 2528-2581

Vol 4 No 2, Juli 2019

### Daftar Isi

#### **Vinsensius**

Analisis Aktivitas Kerja dan Angsuran Pinjaman yang Mempengaruhi Kemajuan Usaha ..... 1-12

#### **Abid Muhtarom**

Analisis Daya Tarik, Persepsi Pembelian dan Pemasaran Terhadap Ekowisata Kuliner Nasi Boranan Lamongan..... 13-28

#### **Musthafa Afifi**

Audit Keuangan PPIU: Untuk Penyelenggaraan Umrah Yang Profesional, Transparan, Akuntabel, & Bersyariat ..... 29-48

#### **Frida Fanani Rohma**

Analisis Biaya dan Manfaat Aliran Kas Investor: Telaah Kewajaran dari Nilai Wajar..... 49-65

#### **Citra Surya Kartika Ratri**

Pengaruh Kondisi Keuangan terhadap Praktik Manajemen Laba ..... 66-84

#### **Setiadi**

Sistem Informasi Akuntansi Pada Penjualan & Penerimaan Kas Pada PT. Sumber Purnama Sakti Motor Lamongan ..... 85-94

#### **Dyah Ayu Paramitha**

Peran Pasar Kaget Terhadap Pemberdayaan Masyarakat Desa..... 95-105

#### **Anita, Ari Dewi Cahyati**

Pengaruh Profitabilitas, Solvabilitas, Dan Opini Auditor Terhadap *Audit Delay* Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Pemoderasi..... 106-127



## **ANALISIS DAYA TARIK, PERSEPSI PEMBELI DAN PEMASARAN TERHADAP EKOWISATA KULINER NASI BORANAN LAMONGAN**

**Abid Muhtarom**  
Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Lamongan,

Surel : abid@unisla.ac.id

**Abstrak.** Analisis Daya Tarik, Persepsi Pembelian dan Pemasaran Terhadap Ekowisata Kuliner Nasi Boranan Lamongan. Lamongan merupakan kota kuliner di Provinsi Jawa Timur, Nasi Boranan merupakan potensi kuliner dari sekian banyak kuliner yang lain. Banyaknya penjual kuliner yang berada di kabupaten lamongan yang penjualnya hampir setiap hari merupakan nasi boranan. Metodologi penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif diskriptif dan pengumpulan data observasi, wawancara dan quisioner. yang terdiri dari konsumen dan penjual nasi boranan seluruh Kabupaten Lamongan. Hasil penelitian daya Tarik, persepsi pembeli dan pemasaran berpengaruh secara simultan terhadap ekowisata kuliner nasi boranan lamongan.

**Kata kunci:** Daya Tarik, Persepsi Pembeli, Pemasaran, Ekowisata Kuliner Dan Nasi Boranan.

*Abstract. Analysis of the attraction, perception of buying and marketing towards the culinary ecotourism in Lamongan rice. Lamongan is a culinary city in East Java province, Nasi Boranan is a culinary potential of many other culinary. The number of food vendors in Lamongan Regency which is the seller of the daily nearly is a rice boranan. Metodologi research uses a type of qualitative research and the collection of observation data, interviews and quisioner. Consisting of consumers and rice-sellers of all Lamongan regency. The results of the research of attraction, buyer's perception and marketing influence simultaneously on the culinary ecotourism of Lamongan rice.*

**Keywords:** attraction, buyer perception, marketing, eco Tourism and Rice Boranan.

Kabupaten Lamongan pertanian (Abbas and Muhtarom merupakan wilayah kurang lebih 2018), meskipun secara agregat 1.812,8 km<sup>2</sup> dengan sebagai besar sektor pertanian sangat masyarakatnya bekerja di sektor mempengaruhi produktivitas di

Jawa Timur (Abid Muhtarom; Tri Haryanto; Nurul Istifadah 2019; Husen; abid muhtarom 2018; Purnomo and Muhtarom 2018), dalam perbatasan wilayah administratif Kabupaten Lamongan provinsi Jawa Timur adalah: kategori Utara perbatasan dengan Laut Jawa (pintura), kategori Timur berbatasan dengan Kabupaten Gresik, Kategori Selatan berbatasan dengan Kabupaten Jombang dan Kabupaten Mojokerto, kategori barat berbatasan dengan Kabupaten Bojonegoro dan Kabupaten Tuban. Lamongan merupakan wilayah yang cukup khas dimana wilayahnya terdapat pesisir pantai, perbukitan, pegunungan kapur, tanah yang berawa, dan juga di lalui bengawan solo sungai terbesar di Jawa. Namun dari sekian ke khas wilayah tersebut ada yang khas lain yaitu kulinernya. Kuliner yang terkenal di luar Kabupaten Lamongan adalah soto Lamongan yang kita kenal, tapi ada satu lagi makanan khas yang juga terkenal lezat dan enak adalah nasi

boranan (Sego boranan), dimana makanan ini mempunyai ciri hanya bisa dimasak di Kabupaten Lamongan dan satu-satunya masyarakat di Kabupaten Lamongan yang bisa membuatnya yaitu dusun kaotan desa sumberejo kecamatan lamongan. Menjadikan nasi Boranan menjadi ekowisata bukan menjadi mimpi untuk saat ini, karena dengan perbedaan wilayah dan kuliner semua itu bisa terwujud salah satunya yaitu wilayah Kabupaten Lamongan dengan makanan Khas Nasi Boranan.

Ekowisata bisa terbangun bukan hanya karena peranan pemerintah tapi juga peranan dari masyarakat yang bisa menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat dalam maupun di luar Kabupaten Lamongan (Lazuardi and Muhtarom 2017; Wandu Abbas 2018). Daya tarik ini bisa ditumbuhkan dan dibuat jika pemegang kepentingan bisa membuat gagasan atau kegiatan yang membangun atau

mengembangkan ekowisata ini. Karena ekowisata nasi boranan ini mempunyai keunikan yang hanya ada di wilayah Kabupaten Lamongan. Dari keunikan tersebut membuat daya tarik tersendiri bagi konsumen atau jika cocok bisa menjadi tempat pemberhentian sementara untuk makan. Daya tarik bisa dimanfaatkan menjadi wisata yang dapat menghasilkan sumber pendapatan daerah (Donou-Adonsou 2018), meskipun harus ada pengorbanan yang besar bagi pemerintah maupun masyarakat pada umumnya (Widagdyo 2017). Menumbuhkan persepsi masyarakat untuk membeli salah satu kegiatan yang bisa meningkatkan ekowisata (Astriyantika, Arief, and Sunarminto 2015). Peningkatan persepsi untuk membeli membutuhkan waktu yang cukup lama oleh pedagang nasi boranan salah satunya dari masyarakat asli Kabupaten Lamongan dari mulut ke mulut dan saat ini untuk menarik masyarakat luar banyak masyarakat baik aspirasi

dari masyarakat sendiri atau komunitas pecinta makanan menggunakan media sosial dan internet.

Pemasaran merupakan keharusan jika menginginkan supaya produk nasi boranan bisa terjual atau laku. Salah satu kegiatan pemasaran bisa dilakukan dengan cara mulut ke mulut konsumen atau dari internet (Husamah and Hudha 2018), namun bukan hanya itu saja pemerintah dalam hal ini dinas pariwisata bisa meningkatkan pemasaran ini dengan melalui bazar, internet atau informasi antar kedinasan untuk meningkatkan pemasaran guna mendongkrak nilai ekowisata makanan khas nasi boranan. Dalam (Firdaus and Tutri 2017; Widagdyo 2017) pemasaran dapat meningkatkan objek wisata, sehingga dengan pemasaran yang baik ekowisata lamongan dapat terkenal selain kuliner soto. Penelitian ini ingin melihat daya tarik, persepsi pembeli dan pemasaran dapat mempengaruhi ekowisata kuliner

nasi boranan lamongan yang selama ini masih di dominasi oleh makanan khas soto.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Lamongan yang berada di wilayah kota Lamongan. Populasi dalam penelitian ini adalah pedagang nasi boranan, pemerintah Kabupaten Lamongan dan wisatawan dalam hal ini adalah konsumen. Metode dalam penelitian ini nonprobability sampling dengan teknik purposive sampling (Gujarati et al. 2013), jenis penelitian kualitatif diskriptif dengan pengumpulan data observasi, wawancara dan quisioner (Damodar N. Gujarati and and California 2017).

## **PEMBAHASAN**

### **1. Pengujian validitas dan reabilitas**

Uji ini digunakan untuk menguji kevalidan dan reabilitas dari data yang akan digunakan dalam

pengujian selanjutnya. Dalam penelitian ini menggunakan tiga variabel bebas dan satu variable terikat dengan tiga kusioner setiap variabelnya, dapat dijelaskan sebagai berikut:

#### **a. Variabel Daya Tarik (X1)**

Hasil uji validitas dan reabilitas dari 3 kusioner sebagai berikut:

Tabel I Correlations

		item_1	item_2	item_3	total_ite m	r table 5%	Ket
item_1	Pearson Correlation	1	.363**	.146	.838**	.3542	valid
	Sig. (2-tailed)		.010	.312	.000		
	N	50	50	50	50		
item_2	Pearson Correlation	.363**	1	.021	.714**	.3542	valid
	Sig. (2-tailed)	.010		.885	.000		
	N	50	50	50	50		
item_3	Pearson Correlation	.146	.021	1	.427**	.3542	valid
	Sig. (2-tailed)	.312	.885		.002		
	N	50	50	50	50		
total_ite m	Pearson Correlation	.838**	.714**	.427**	1		
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002			
	N	50	50	50	50		

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: ouput SPSS 25

Tabel II Reliability  
Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items	r table 5%	Ket
.760	4	.3542	<b>Reliability</b>

Dari hasil analisis menggunakan SPSS 25 dapat disimpulkan data yang valid r hitung > r tabel dimana pada tabel I memperlihatkan bahwa nilai r hitung dilihat dari Pearson Correlation masing-masing item (r hitung) lebih besar dari pada r tabel 0,3542 yang diperoleh dari tabel r dengan jumlah sampel 50. Uji Reabilitas dapat dilihat dari Cronbach's Alpha dengan nilai 0,760 dimana lebih besar dari r tabel 0,3542 sehingga quisioner dari daya tarik pada tabel II dinyatakan reliabel.

b. Variabel Persepsi pembeli (X2)

Hasil uji validitas dan reabilitas dari 3 kusioner sebagai berikut:

Tabel III Correlations

		item_1	item_2	item_3	total_item	r table 5%	ket
item_1	Pearson Correlation	1	.451**	.113	.837**	.3542	valid
	Sig. (2-tailed)		.001	.433	.000		
	N	50	50	50	50		
item_2	Pearson Correlation	.451**	1	-.009	.756**	.3542	valid
	Sig. (2-tailed)	.001		.951	.000		
	N	50	50	50	50		
item_3	Pearson Correlation	.113	-.009	1	.408**	.3542	valid
	Sig. (2-tailed)	.433	.951		.003		
	N	50	50	50	50		
total_ite m	Pearson Correlation	.837**	.756**	.408**	1		
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.003			
	N	50	50	50	50		

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: ouput SPSS 25

Tabel IV Reliability  
Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items	r table 5%	ket
.767	4	.3542	<b>Reliabiliy</b>

Dari hasil analisis menggunakan SPSS 25 dapat disimpulkan data yang valid  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel dimana

pada tabel III memperlihatkan bahwa  $r$  hitung dilihat dari Pearson Correlation masing-masing item ( $r$

hitung) lebih besar dari pada r tabel 0,3542 yang diperoleh dari tabel r dengan jumlah sampel 50. Uji Reabilitas dapat dilihat dari Cronbach's Alpha dengan nilai 0,767 dimana lebih besar dari r tabel

0,3542 sehingga quisioner dari daya tarik pada tabel IV dinyatakan reliabel.

### c. Variabel pemasaran (X3)

Hasil uji validitas dan reabilitas dari 3 kusioner sebagai berikut:

**Tabel V Correlations**

		item_1	item_2	item_3	total_item	r table 5%	Ket
item_1	Pearson Correlation	1	.372**	.000	.795**	.3542	valid
	Sig. (2-tailed)		.008	1.000	.000		
	N	50	50	50	50		
item_2	Pearson Correlation	.372**	1	-.009	.743**	.3542	valid
	Sig. (2-tailed)	.008		.953	.000		
	N	50	50	50	50		
item_3	Pearson Correlation	.000	-.009	1	.364**	.3542	valid
	Sig. (2-tailed)	1.000	.953		.009		
	N	50	50	50	50		
total_item	Pearson Correlation	.795**	.743**	.364**	1		
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.009			
	N	50	50	50	50		

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: output SPSS 25



Tabel VI Reliability Statistics			
Cronbach's Alpha	N of Items	r table 5%	ket
.743	4	.3542	<b>Reliabel</b>

Dari hasil analisis menggunakan SPSS 25 dapat disimpulkan data yang valid  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel dimana pada tabel V memperlihatkan bahwa  $r$  hitung dilihat dari Pearson Correlation masing-masing item ( $r$  hitung) lebih besar dari pada  $r$  tabel 0,3542 yang diperoleh dari tabel  $r$  dengan jumlah sampel 50. Uji Reabilitas dapat dilihat dari

Cronbach's Alpha dengan nilai 0,743 dimana lebih besar dari  $r$  tabel 0,3542 sehingga qusioner dari daya tarik pada tabel VI dinyatakan reliabel.

#### **d. Variabel Ekowisata (Y)**

Hasil uji validitas dan reabilitas dari 3 kusioner sebagai berikut:

### VII Correlations

		item_1	item_2	item_3	total_item	r table 5%	Ket
item_1	Pearson Correlation	1	.367**	-.026	.692**	.3542	valid
	Sig. (2-tailed)		.009	.855	.000		
	N	50	50	50	50		
item_2	Pearson Correlation	.367**	1	.037	.650**	.3542	valid
	Sig. (2-tailed)	.009		.796	.000		
	N	50	50	50	50		
item_3	Pearson Correlation	-.026	.037	1	.585**	.3542	valid
	Sig. (2-tailed)	.855	.796		.000		
	N	50	50	50	50		
total_item	Pearson Correlation	.692**	.650**	.585**	1		
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000			
	N	50	50	50	50		

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: analisis SPSS 25

### VIII Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items	r table 5%	ket
.725	4	.3542	<b>Reliabiliy</b>

Dari hasil analisis menggunakan SPSS 25 dapat disimpulkan data yang valid  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dimana pada tabel VII memperlihatkan bahwa  $r_{hitung}$  dilihat dari Pearson

Correlation masing-masing item ( $r_{hitung}$ ) lebih besar dari pada  $r_{tabel}$  0,3542 yang diperoleh dari tabel  $r$  dengan jumlah sampel 50. Uji Reabilitas dapat dilihat dari

Cronbach's Alpha dengan nilai 0,725 dimana lebih besar dari r tabel 0,3542 sehingga qusioner dari daya tarik pada tabel VIII dinyatakan reliabel.

**a. Hubungan Daya Tarik Terhadap Ekowisata Kuliner Nasi Boranan Lamongan**

Daya tarik merupakan sesuatu yang penting dalam peningkatan ekowisata kuliner Nasi Boranan Lamongan, pada tabel IX menjelaskan analisis menggunakan SPSS 25 diketahui nilai singnifikasi > dari Nilai probabilitas 5% maka pengaruh variabel daya tarik terhadap ekowisata atau hipotesis diterima, artinya adanya hubungan secara parsial antar variabel. Meskipun daya tarik yang di lihat dari Coefficients B

meperlihatkan nilai -0,282 yang artinya ada hubungan negatif atau tidak signifikan antara daya tarik (X1) terhadap ekowisata (Y) dan menganggap varabel bebas lainnya dianggap constant, menolak (Astriyantika et al. 2015; Otfiyantoa, Abid Muhtarom, Haris bashory ismail 2018; Priyanto Adi Wibowo 2018) dimana daya tarik dapat menarik wisata dan diminati pengunjung. Daya tarik yang berdampak negatif terhadap ekowisata disebabkan karena konsumen nasi boranan lamongan sebagian besar masih penduduk asli lamongan, sehingga perlu adanya peningkatan promosi keluar lamongan yang tidak hanya dari mulut-kemulut.

Tabel IX Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.128	.691		1.633	.109
	Daya tarik	-.282	.207	-.258	-1.365	.179
	Persepsi pembelian	.109	.317	.094	.344	.732
	pemasaran	1.114	.377	.908	2.959	.007

a. Dependent Variable: ekowisata

Sumber: analisis SPSS 25

**a. Hubungan persepsi pembelian Terhadap Ekowisata Kuliner Nasi Boranan Lamongan**

Persepsi pembelian merupakan sesuatu yang penting dalam peningkatan ekowisata kuliner Nasi Boranan Lamongan, pada tabel IX menjelaskan analisis menggunakan SPSS 25 diketahui nilai signifikansi > dari Nilai probabilitas 5% atau (0,05) dengan nilai 0,732 > 0,05 maka pengaruh variabel persepsi pembelian terhadap ekowisata atau hipotesis diterima, artinya adanya hubungan secara parsial antar variabel. Adanya hubungan yang signifikan antara persepsi

pembelian dengan ekowisata sebesar 0,109 lihat dari Coefficients B, hal ini juga didukung oleh (Andika Arianto, Abid Muhtarom, Haris Bashory Ismail, Ruswaji 2018; Astriyantika et al. 2015). Dimana persepsi pembeli ditingkatkan dengan cara memberikan rasa yang enak dan khas pada produk makanan nasi boranan lamongan. Berusaha memberikan harga yang seragam untuk para penjual nasi boranan dan terjangkau, agar masyarakat atau konsumen (ekowisata) bisa datang kembali untuk membeli.

### **b. Hubungan Pemasaran Terhadap Ekowisata Kuliner Nasi Boranan Lamongan**

Pemasaran merupakan sesuatu yang penting dalam peningkatan ekowisata kuliner Nasi Boranan Lamongan, pada tabel IX menjelaskan analisis menggunakan SPSS 25 diketahui nilai signifikansi  $>$  dari Nilai probabilitas 5% atau (0,05) dengan nilai  $0,07 > 0,05$  maka pengaruh variabel pemasaran terhadap ekowisata atau hipotesis diterima, artinya adanya hubungan secara parsial antar variabel. Pemasaran merupakan sesuatu yang penting dibandingkan dengan daya tarik dan persepsi pembeli hasil ini dapat dilihat dari nilai Coefficients B sebesar 1,114 dengan nilai signifikansi yang positif yang menandakan terjadi hubungan yang baik antara pemasaran terhadap ekowisata boranan Lamongan. Hal ini, menerima (Widagdyo 2017) dimana pemasaran sangat menunjang ekowisata. Meskipun

nilai pemasaran lebih besar dari pada variabel yang lain namun ini semua bisa ditingkatkan dengan cara pengembangan yang dilakukan oleh produsen nasi boranan, konsumen sendiri maupun pemerintah dengan mengadakan festival atau bazar. Pengembangan e-commers dengan produk nasi boranan, atau membuat nasi boranan kalengan jika ada investasi dari swasta atau pengembangan produk olahan lain yang bahan dasarnya nasi boranan.

### **Hubungan Daya Tarik, Persepsi Pembeli Dan Pemasaran Secara Simultan Terhadap Ekowisata Kuliner Nasi Boranan Lamongan**

Hubungan secara serempak atau simultan diperlukan dalam penelitian ini untuk memperlihatkan keterkaitan hubungan antara variabel terikat dan variabel bebas yang di perlihatkan pada tabel X sebagai berikut:

Tabel X ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	157.723	3	52.574	24.074	.000 <sup>b</sup>
	Residual	100.457	46	2.184		
	Total	258.180	49			

a. Dependent Variable: ekowisata

b. Predictors: (Constant), pemasaran, Daya tarik, Persepsi pembelian

Sumber: ouput SPSS 25

Pada tabel X ouput SPSS 25 memperlihatkan nilai F hitung 24,074 dan nilai F hitung 24,074 > dari pada F tabel 2,56, maka dapat di simpulkan adanya hubungan secara serempak atau simultan antara Daya Tarik, Persepsi Pembeli Dan Pemasaran Secara Simultan Terhadap Ekowisata Kuliner Nasi Boranan Lamongan.

### KESIMPULAN

1. Daya tarik yang berdampak negatif terhadap ekowisata disebabkan karena konsumen nasi boranan lamongan sebagian besar masih penduduk asli lamongan, sehingga perlu adanya peningkatan promosi keluar

lamongan yang tidak hanya dari mulut-kemulut.

2. Persepsi pembeli ditingkatkan dengan cara memberikan rasa yang enak dan khas pada produk makanan nasi boranan lamongan. Berusaha memberikan harga yang seragam untuk para penjual nasi boranan dan terjangkau, agar masyarakat atau konsumen (ekowisata) bisa datang kembali untuk membeli.
3. Pemasaran sangat menunjang ekowisata. Meskipun nilai pemasaran lebih besar dari pada variabel yang lain namun ini semua bisa ditingkatkan dengan cara pengembangan yang

dilakukan oleh produsen nasi boranan, konsumen sendiri maupun pemerintah dengan mengadakan festival atau bazar. Pengembangan e-commers dengan produk nasi boranan, atau membuat nasi boranan kalengan jika ada investasi dari swasta atau pengembangan produk olahan lain yang bahan dasarnya nasi boranan.

#### DAFTAR RUJUKAN

- Abbas, Wandu and Abid Muhtarom. 2018. "DEVELOPMENT OF AGRICULTURE SECTOR IN POVERTY REDUCTION IN EAST JAVA (Study of GKS Plus-GERBANGKERTASUSILA Plus Period 2010-2017)." *International Journal of Economics Management and Social Science* 1(1):1-8.
- Abid Muhtarom; Tri Haryanto; Nurul Istifadah. 2019. "ANALYSIS OF PRODUCTIVITY EFFICIENCY OF FOOD PLANT AGRICULTURE IN EAST." *International Journal of Civil Engineering and Technology (IJCIET)* 10(1):420-43.
- Andika Arianto, Abid Muhtarom, Haris Bashory Ismail, Ruswaji, Henny Mahmudah. 2018. "DETERMINASI PELATIHAN, MOTIVASI, GAJI, DAN KOMPENSASI UNTUK PRODUKSI (STUDI KASUS PADA CV ANUGRAH WALET INDONESIA)." *Sentralisasi* 7(2):57-72.
- Astriyantika, Meyliana, Harnios Arief, and Tutut Sunarminto. 2015. "Potensi Daya Tarik Dan Persepsi Pengunjung Terhadap Ekowisata Laut Di Pulau Harapan, Taman Nasional Laut Kepulauan Seribu, (TNKpS) (The Potential of an Attractiveness and Perception of Visitors to Marine Ecotourism at Harapan Island, Kepulauan Seribu Marin." *Media Konservasi* 20(3):235-41.
- Damodar N. Gujarati and Dawn C. Porter California. 2017. *Econometria*. Vol. 91. Quinta edi. edited by M. I. R. M. McGRAThe McGraw-Hill Companies, Inc.
- Donou-Adonsou, Ficawoyi. 2018. "Technology, Education, and Economic Growth in Sub-Saharan Africa." *Telecommunications Policy*.
- Firdaus, Firdaus and Rio Tutri. 2017. "Potensi Pengembangan Ekowisata Di Nagari Kotobaru, Kecamatan X Koto, Kabupaten Tanah Datar, Sumatera Barat." *Jurnal Kawistara* 7(2):144.
- Gujarati, Damodar N., Milan Montreal New, Delhi Santiago, Seoul Singapore, Sydney

- Taipei, Toronto McGraw-Hill, and Higher Education 'ez. 2013. *Basic Economics*. FOURTH EDI. Americas, New York, NY, 10020: The McGraw-Hill Companies.
- Husamah, Husamah and Atok Miftachul Hudha. 2018. "Evaluasi Implementasi Prinsip Ekowisata Berbasis Masyarakat Dalam Pengelolaan Clungup Mangrove Conservation Sumbermanjing Wetan, Malang." *Jurnal Pengelolaan Sumberdaya Alam Dan Lingkungan (Journal of Natural Resources and Environmental Management)* 8(1):86–95.
- Husen; abid muhtarom. 2018. "STRATEGI IMPLEMENTASI KEBIJAKAN PEMBELAJARAN TEMATIK TERPADU KURIKULUM 2013 (Studi Kasus MA Pembangunan Lamongan)." *JURNAL PROMOSI Jurnal Pendidikan Ekonomi UM Metro* 6(2):2018.
- Lazuardi, Yanuar and Abid Muhtarom. 2017. "THE EFFECT OF ORGANIZATIONALCULTURE, WORK ETHIC, KNOWLEDGE LEVEL OF ACCOUNTING, AND MORAL HAZARD ON THE QUALITY OF COMPANY'S FINANCIAL REPORT INFORMATION (Thestudy Is Accounting and Finance Employees in the Whole National Private Company in Gresik)." *Akuntansi*.
- Otfiyantoa, Abid Muhtarom, Haris bashory ismail, Henny mahmudah. 2018. "The Influence Of The Working Shift Work And Stress On The Performance Of The Employes." *AKUISISI* 14(1):52–58.
- Priyanto Adi Wibowo, Abid Muhtarom. 2018. "DETERMINASI KUALITAS PELAYANAN: RELIABILITHY, ASSURANCE, TANGIBLE, EMPATHY, RESPONSIVENESS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Kasus Pada J&T Express Lamongan)." *JPIM* III(2):664–71.
- Purnomo, Nanto and Abid Muhtarom. 2018. "Determination Factor Alumni and Student of Economic Faculty Lamongan Islamic University to Become Entrepreneur." *AKUISISI* 14(1):19–25.
- Wandi Abbas, Abid Muhtarom. 2018. "PEMANFAATAN BANTUAN LUAR NEGERI DALAM PENINGKATAN EKONOMI KERAKYATAN TANI KAKAO DI PROVINSI SULAWESI BARAT (Studi Program Swisscontact Periode 2013-2018)." *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen* III(1):638–50.
- Widagdyo, Kurniawan Gilang.



2017. “Pemasaran, Daya Tarik Ekowisata, Dan Minat Berkunjung Wisatawan.” *Esensi: Jurnal Bisnis Dan Manajemen* 7(2):261–76.