

# LAMPIRAN

## Lampiran 1. Member Check Hasil Wawancara

Nama	: Mardi Badarudin
Jabatan	: Ketua Ciwisata (Cinibung Wisata) Kecamatan Sumur
Waktu Wawancara	: Hari sabtu 13 Mei 2023, pukul 15.34 WIB).
Lokasi wawancara	: Galeri Marketing Ciwisata

### 1. Kapan Ciwisata Di bentuk ?

*Pembentukan Ciwisata dimulai pada Tahun 2012, waktu itu saya bersama dengan masyarakat kampung cinibung bersama-sama mendirikan usaha kecil menengah dalam membuat produk cinderamata berupa kerajinan patung badak, gantungan kunci yang masih berjalan hingga dengan saat ini. Pembentukan ini pun ada campur tangan oleh Balai taman Nasional Ujung kulon selaku dinas yang mewakili dari pemerintah pusat terkait wilayah di Taman Nasional Ujung kulon. Setelah itu dihadiri oleh petinggi desa dan tokoh masyarakat dalam mendirikan ciwisata yang dilangsungkan melalui syukuran peresmian ciwisata tahun 2012, yang dimana nama ciwisata sendiri diambil dari dua kalimat yakni “Cinibung” yang mewakili nama kampung dan “Wisata” yang mewakili daerah wisata taman Nasional Ujung Kulon sehingga disebutlah dengan panggilan “Ciwisata”. Dalam awal pembentukannya kita ada 20 anggota dan masyarakat yang mengurus usaha ini namun semenjak bencana tsunami dan covid-19 Hingga dengan saat ini terhitung hanya 5 (Lima) orang yang masih aktif dan mau dalam mengurus ciwisata itupun tidak seantusias dulu.*

### 2. Tujuan dibentuknya Ciwisata Untuk apa Sebetulnya?

*Tujuan dibentuknya Ciwisata ingin mengenalkan Taman Nasional Ujung Kulon melalui karya seni, agar dapat semakin terkenal. Setelah terkenal kan kita semua yang mendapatkan untungnya, termasuk dalam menambah pendapatan penghasilan masyarakat kampung cinibung. Pembentukan kelompok Ciwisata*

*sebenarnya merujuk pada titik peluang-peluang ekonomi keberlanjutan, namun proses pembentukan kelompok ciwisata ini hanya berupa kelompok masyarakat, dengan membentuk paguyuban seni pahat/ukir. Namun dalam pembentukannya. Dalam arti kami terbentuk tanpa AD-ART namun dalam segi struktural usaha kecil kami mempunyai garis komunikasi dengan Balai Taman Nasional, WWF-indonesia dan Dinas Pariwisata*

3. Bagaimana Proses pembentukan cwisata yang akhirnya bergerak di bidang kerajinan patung?

*Pada prosesnya pembentukan ciwisata ini kami sebenarn membuat kerajinan yang bergerak dibidang pembuatan karya seni ukir dan seni pahat. Pembentukan patung badak pun tidak serta merta kami buat secara otodidak melainkan kami mendapatkan pelatihan langsung dari wwf-indonesia yang datang bersama Balai Taman Nasional Ujung Kulon. yang dimana waktu itu pelatihannya di carita kemudian saya yang merupakan perwakilan dari kecamatan sumur ujung kulon yang mengikuti pelatihan tersebut. Sehingga hasil dari pertemuan itu saya membagikan ilmu-ilmu saya tentang pembuatan patung kepada pemuda pemudi yang ada di kecamatan sumur.*

4. Bagaimana Pembagian tugas dalam mengelola Ciwisata ?

*Pada pelaksanaannya kami awalnya membagi beberapa tugas antara bagian pembuatan Pola patung, pemahatan, pengecoran, dan finishing pemasaran. Pada awal terbentuknya dulu ciwisata sangat sistematis dan terstruktur dalam menjalankan usaha pembuatan kerajinan ini. Namun seiring dengan kasus kasus yang terjadi seperti bencana tsunami dan Covid-19 terjadi hingga saat ini Cuma ada saya, mahpudin, kejoy, ahmad dan asef, samsul. Yang kemudian merangkak kembali menjalankan ciwisata, yang dimana saya selaku ketua ciwisata, apud sekretaris sekaligus bendahara, kejoy, ahmad, asef dan samsul yang secara khusus bergerak dalam pembuatan patung namun inipun bergerak jika ada pesanan saja.*

5. Bagaimana Proses dari pemasaran Patung badak Ciwista?

*Proses pemasaran kami pasarkan melalui media sosial facebook yang dimana pada tahun 2012-2016 facebook sangat tren di daerah sini di sumur cibaliung*

*intinyamah pandeglang. Oleh karena itu saya memilih facebook dalam memasarkan produk patung badak di samping juga memasarkan melalui UMKM (Mulut ke Mulut). Hasil Pemasaran pada laba/untung dulu kami tebus sampai dengan puluhan juta dari hasil penjualan patung dengan harga per patung Rp 300.000 (tiga ratus ribu rupiah) yang dimana sempat mengirim 600 (enam ratus) buah patung dikirim ke Belanda.*

6. Apakah ciwisata pernah mendapatkan pelatihan digital marketing sebelumnya?

*Untuk pelatihan digital marketing atau pemasaran online, kami belum pernah mendapatkan pelatihan apapun baik dari swasta dan pemerintah. Dalam memasarkan online melalui facebook saja itu merupakan ionisasi dari anggota saya yaitu apud yang ahli dalam bidang sosial media,. Oleh karena itu masalah sosial media dikendalikan oleh apud sendiri. namun saya berharap ada pelatihan yang terkait pemasaran online apalagi mungkin sekarang tengah jamannya pasar digital,*

7. Bagaimana Hubungan Wisata dengan Taman Nasional Ujung Kulon dalam membantu proses pemasaran ?

*Proses pemasaran kami terbantu oleh masyarakat, swasta pemerintah yang mencoba memasarkan patung badak di ranah yang lebih luas. Perihal hubungan dengan Balai taman nasional Ujung Kulon mereka kerap meminta dibuatkan patung badak yang kami anggap sebagai pesanan. Biasanya jika ada tamu dari luar kota Balai TNUK sering memesan patung kepada kami sebagai Cendramata. Namun dalam segi memberikan pelatihan pemasaran dengan memanfaatkan media sosial, belum ada sampai dengan saat ini baik dinas pemerintahan, Kecamatan dan desa maupun swasta.*

8. Selain menjalin hubungan dengan Balai Taman Nasional Ujung Kulon apakah Ciwisata juga menjalin kerjasama dengan pihak lain?

*Perjalanan kami memasarkan patung badak memang sempat dibantu oleh media media lokal dalam memasarkan kerajinan patung kami, namun dalam proses kerjasama tidak terjalin, kasarnya hanya sekedar membantu memasarkan, yang*

*artinya “dipasarkan mangga teu dipasarkeun teu nanaon” dalam bahasa Indonesia. Dipasarkan silahkan tidak dipasarkan tidak apa apa. Tapi untuk sejauh ini hanya dengan Balai Taman Nasional yang sering membantu memasarkan hasil dari patung badak.*

9. Berapa banyak patung yang sudah terjual selama mendirikan ciwisata?

*Patung Badak sendiri memiliki ukuran relatif dari 15 cm sampai 30 cm, namun hal itu pun tergantung pesanan yang datang kepada kelompok ciwisata. Label harga yang digunakan untuk satu buah patung badak dimulai dari Rp 15.000 sampai Rp 450.000 dengan Pendapatan per tahun mencapai Rp 20.000.000 (Badarudin, 2023). Dengan tembus 600 buah patung dikirim ke Belanda. Akan tetapi pendapatan yang dihasilkan merupakan pendapatan yang dihitung sebelum pandemi Covid-19 yang kemudian disusul dengan Bencana Alam Tsunami di kawasan Taman Nasional Ujung Kulon.*

10. Apakah ciwisata melibatkan masyarakat setempat dalam pengelolaannya?

*Setiap pembuatan patung, saya bersama pengurus ciwisata yang lainnya sering kali mengajak masyarakat kecamatan sumur, bahkan ada orang yang diluar dari kecamatan sumur ikut serta dalam pelatihan pembuatan patung. Namun antusiasme dalam pembuatan patung dan keikutsertaan dalam mengurus ciwisata seakan mulai menurun dan minim antusiasme sehingga pada istilahnya ciwisata sekarang berada pada kondisi hidup segan mati tak mau.*

11. Apa hambatan yang dihadapi ciwsata dalam proses pemasaran?

*Hambatan terbesar kami saat ini dalam mengurus ciwisata tidak lain adalah modal usaha, dan Sumber daya Manusia yang semakin tidak ada karena kurangnya partisipasi dan rasa mau mengurus, sehingga ciwisata berada diambang batas gulung tikar, namun saya bersama ke enam orang yang masih mengurus mencoba untuk terus bangkit agar ciwisata kembali hidup, serta kami pun kurang dalam memaksimalkan media sosial sebagai bagian dari pemasaran karena kurangnya SDM juga menjadi hambatan keberlanjutan dalam belajar menggunakan media digital secara efektif dan tepat guna dalam mendongkrak pemasaran patung badak*

12. Apa harapan ciwisata kedepannya agar ciwisata kembali seperti sebelumnya?

*Harapan kami tentu merujuk pada setiap aspek yang dapat membangun ciwisata agar kembali bangkit, dalam segi penambahan SDM, orang-orang yang terlibat membantu memasarkan, dan saluran pembelajaran soft skill dalam menggunakan media digital Marketing serta kami pun membutuhkan dorongan modal agar kembali ke sediaan kala yang dimana mengelola ciwisata secara masif sehingga Ujung Kulon dapat dikenal secara luas kembali melalui penjualan souvenir kami di berbagai mancanegara karena itu pun akan membantu dalam segi pendapatan ekonomi masyarakat di wilayah pesisir Taman Nasional Ujung Kulon.*

Pandeglang, 13 Mei 2023



Mardi Badarudin

## Member Check Hasil Wawancara

Nama	: Hudan Zulkarnaen
Jabatan	: Ketua Pokdarwis Pandeglang Kecamatan Sumur
Waktu Wawancara	: Hari Jumat 12 Mei 2023, pukul 19.34 WIB).
Lokasi wawancara	: <i>Basecamp</i> Pokdarwis Pandeglang di kecamatan sumur

### 1. Kapan pembentukan pokdarwis pandeglang ?

*Asosiasi Pokdarwis pandeglang didirikan pada tanggal 06 Desember 2018 di banyuasih, yang kemudian kembali ditetapkan pada 15 Februari 2022 berdasarkan Surat keputusan Musyawarah Asosiasi Pokdarwis pandeglang di Sindang Laut, carita. Yang kemudian Asosiasi Pokdarwis pandeglang menjadi lanjutan sebagai wadah musyawarah dan komunikasi kepariwisataan dengan basis daerah wisata. Adapun beberapa Pihak Yang terlibat dalam pembentukan pokdarwis pandeglang diantaranya Dinas Pariwisata Kabupaten Pandeglang, Balai Taman Nasional Ujung Kulon, Pemerintah desa Carita, Tokoh Masyarakat, Koordinator wilayah Desa-Desa Penyangga dalam membentuk dan meresmikan pokdarwis pandeglang sebagai asosiasi yang bertujuan sebagai garis koordinasi antara pokdarwis yang ada.*

### 2. Apa Yang menjadi dasar atau pondasi yang menginisiasi pembentukan organisasi ini?

*Selain berlandaskan Pada AD/ART, landasan utama terbentuknya Pokdarwis Pandeglang tidak lain berupaya untuk lebih membranding Pandeglang terlebih Taman Nasional Ujung Kulon Karena Objek wisata yang paling menonjol/menampakan diri sebagai destinasi terbaik yaitu di Taman Nasional Ujung Kulon. bagian ini mengacu pada Objek Objek yang bisa dikelola oleh*

*masyarakat Pesisir yang bekerjasama dengan Balai Taman Nasional Ujung Kulon sebagai dinas Pemerintahan Yang menaungi objek-objek wisata.*

3. Apa tujuan dibentuknya pokdarwis Pandeglang?

*Tujuan dibentuknya Pokdarwis pandeglang tidak lain Sebagai wadah organisasi dari Pokdarwis yang lahir di Wilayah Pandeglang, terutama dalam fokus Branding Taman Nasional Ujung Kulon, selain itu juga ketika brandiing terjadi dan banyak para wisatawan yang muncul baik dalam dan luar Negeri tentu akan menguntungkan Lapisan-Lapisan masyarakat termasuk para ukm yang menggantungkan hidupnya dan penyedia jasa paket paket wisata yang mengandalkan wisatawan sebagai mata pencaharian nya.*

5. Bagaimana Proses perekrutan anggota Pokdarwis Pandeglang?

*Perekrutan anggota Pokdarwis pandeglang diperuntukan bagi orang orang yang mau ikut terlibat, dan tidak memandang status sosial seseorang. Namun dalam keanggotan sendiri ini diisi oleh para koordinator desa desa penyangga sebagai wadah dalam menjalin koordinasi dan komunikasi bagi berjalannya wisata terhadap peluang peluang daerah wisata yang bisa dimanfaatkan. Perekrutan anggota kami, kami kumpulkan dengan masing masing tiap wilayah koordinator.*

6. Bagaimana Proses Berjalannya organisasi Pokdarwis Pandeglang?

*Berjalannya organisasi pokdarwis pandeglang lebih mengedepankan pada pihak pihak yang terlibat seperti masyarakat dan UMKM, dan asosiasi ini berdiri sendiri tanpa bantuan orang lain sejauh ini, artinya tidak ada campur tangan pemerintah secara lebih lanjut akan perhatian pokdarwis pandeglang. Namun dalam hal ini pun kami sangat membuka uluran bantuan baik dari segi pemberian pengetahuan maupun bantuan dari yang lainnya seperti dana dan lain sebagainya.*

7. Objek wisata Apa saja yang menjadi fokus dalam pokdarwis pandeglang?

*Objek wisata yang ditawarkan di pandeglang terutama di taman nasional ujung kulon, yang utama adalah Taman Nasional Ujung Kulonnya sendiri, di samping*



*yang menopang seperti Gunung Honje, wisata curug, dan wisata pulau yang masih menjadi andalan dengan melibatkan masyarakat dan UKM setempat.*

8. Langkah apa yang diambil oleh pokdarwis pandeglang dalam mengenalkan ekowisata di taman nasional ujung Kulon pada masyarakat pesisir kecamatan sumur?

*Dalam mengenalkan wisata Di Taman Nasional Ujung Kulon tentu ada beberapa cara yang dapat dinilai secara efektif salah satunya dengan menggunakan media sosial. Tentu harus dibarengi dengan soft skill dalam mengelola media sosial yang baik agar apa yang adapat memikat hati wisatawan.*

9 . Media Apa saja yang digunakan untuk melakukan branding wisata di TNUK?

*Media yang digunakan untuk mencoba wisata di Taman Nasional Ujung Kulon, kami menggunakan situs Website dan media sosial Instagram, adapun alamat website nya bisa di cek di chrome dan tulis saja Pokdarwis Pandeglang dan Instagram pun sama dengan username pokdarwis pandeglang. Semua agenda kegiatan kami upload di sana dan sejauh ini bisa dibilang cukup namun belum terlalu maksimal.*

10. Bagaimana pengetahuan literasi digital terhadap anggota Pokdarwis Pandeglang? *Sebenarnya dalam mengoperasikan media sosial maupun web masih di handle oleh saya (Hudan) namun perlahan saya ajarkan kepada anggota yang lainnya agar ketika saya sedang berkesibukan lain mereka bisa mengoperasikan halaman media sosial dan website serta pelatihan pelatihan kecil seperti editing video dan membuat pamflet wisata di Taman Nasional Ujung Kulon.*

11. Adakah kendala terbesar dari proses branding wisata yang dilakukan oleh pokdarwis pandeglang?

*Kendala yang kami alami tidak lebih menyangkut perihal Jumlah intensitas pengunjung wisata yang minim di samping kita memasarkan atau kampanye wisata melalui online media sosial. Dalam hal ini tentu akan berdampak pada kemajuan dan perkembangan para pelaku usaha dan penyedia jasa di Taman Nasional Ujung*

*Kulon. Dampak yang masih terasa yaitu dari tsunami dan Covid-19 yang sampai saat ini masih menjadi bayangan menakutkan bagi para wisatawan dan menjadi kendala dalam mencari pendapatan Pendukung.*

12. Adakah pelatihan literasi digital yang dilakukan oleh pihak luar (Pemerintah maupun swasta) dalam ikut serta memberikan pemahaman tentang literasi digital?

*Pengelolaan media sosial sejauh ini murni dilakukan dan dikerjakan oleh pokdarwis pandeglang tanpa bantuan dari pihak manapun kebetulan ada beberapa dari anggota kami yang secara dasar mengerti perihal pengelolaan media sosial.sehingga sangat terbantu dalam segi pengelolaan yang lebih sistematis dan informatif.*

13. Apa harapan pokdarwis pandeglang dalam Kegiatan wisata di Taman Nasional Ujung Kulon kedepannya?

*Harapan terbesar kami kedepannya jelas sangat ingin melihat dan kembali merasakan Wisata di Taman Nasional Ujung Kulon hidup kembali. Yang artinya jika itu terjadi maka setiap lapisan masyarakat akan mendapatkan dampak yang signifikan kembali baik dalam segi pendapatan oleh UMKM, penyedia jasa trip guide, dan pada peningkatan jumlah kunjungan wisatawan yang semakin meningkat tentu akan berdampak. Maka dengan itu saya sangat berharap setiap aspek stakeholder kembali ikut terlibat dalam mengkampanyekan wisata Taman Nasional Ujung Kulon.*

Pandeglang, 12 Mei 2023



Hudan Zulkarnaen

## Member Check Wawancara

Nama : Euis

Jabatan : Humas Balai Taman Nasional Ujung Kulon

Waktu Wawancara : Hari Kamis 06 Juli 2023, pukul 13.00 WIB).

Lokasi wawancara : Dinas Balai Taman Nasional Ujung Kulon, Carita, Pandeglang

1. Kapan Balai Taman Nasional Ujung Kulon Mulai melakukan pembinaan terhadap Kelompok usaha kecil di Pesisir Kecamatan Sumur di kawasan Taman Nasional Ujung Kulon? *Pembinaan Pengelolaan Taman Nasional Ujung Kulon bersama dengan masyarakat sering kita lakukan dalam setiap bulan nya. Hal ini dilakukan agar masyarakat di sekitar kawasan Taman Nasional Ujung Kulon mendapatkan dampak secara langsung dari adanya Wisata itu sendiri*

2. Apa saja kegiatan Balai Taman Nasional Ujung Kulon dalam membantu branding Taman Nasional Ujung Kulon ?

*Kegiatan yang sering kami lakukan di samping sosialisasi kepada masyarakat terkait penjagaan Taman Nasional Ujung Kulon Juga turut membina masyarakat yang ingin mendirikan UKM dengan memanfaatkan Objek wisata maupun hasil alam yang ada di TNUK*

3. Bagaimana Keikutsertaan Balai Taman Nasional Ujung Kulon dalam melakukan kontrol masyarakat dalam terciptanya UMKM dan Kelompok sadar Wisata?

*Tentu kami sangat terbuka dalam hal ini karena dengan adanya para kelompok UMKM dan pokdarwis dapat membantu tugas kami dalam program Digital marketing Taman Nasional Ujung Kulon sendiri. keikutsertaan kami terhadap monitoring kelompok yang biasanya kami lakukan sebulan sekali namun akhir ini belum terealisasi karena satu lain hal, namun apabila terdapat UMKM maupun Pokdarwis yang ingin berkonsultasi kepada kami, tentu sangat terbuka.*

4. Bagaimana Sistem pemberdayaan masyarakat pada kelompok usaha kecil menengah yang dilakukan Oleh Balai Taman Nasional Ujung Kulon?

*Sistem yang kami lakukan dalam melakukan pemberdayaan dengan membantu mengurus dan membina proses pembentukan sampai pada pembuatan PIRT bagi setiap UMKM, hal ini ditujukan agar lebih legal dan lebih terjamin mutu dari UMKM itu sendiri.*

5. program apa saja yang telah dilakukan oleh Balai Taman Nasional Ujung Kulon dalam membantu kelompok usaha kecil masyarakat Pesisir TNUK?

*Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa kami membantu setiap UMKM yang ingin mendapatkan PIRT dan kami pun menyumbangkan dana untuk sebagai modal bagi para pelaku UMKM dengan rata rata 10 juta per UMKM.*

6. Bagaimana proses Usaha kelompok kecil masyarakat agar diketahui oleh pasar luas yang dilakukan oleh Balai Taman Nasional Ujung Kulon?

*Proses membantu UMKM dan Pokdarwis kami lakukan melalui media sosial kamu Ya Itu instagram dan Website Taman Nasional Ujung Kulon. secara informatif kami selebihnya sampaikan di Instagram dan website.*

7. Siapa saja yang bisa terlibat dalam melakukan kegiatan usaha di Balai Taman Nasional Ujung Kulon?

*Keterlibatan UMKM kami Menitikberatkan pada kesanggupan masyarakat dalam membuat UKM sendiri, dengan melihat pada kesungguhan dalam membuat Kelompok usaha yang berkelanjutan.*

8. Apa saja batasan Yang boleh dan tidak dilakukan oleh para kelompok usaha kecil menengah dalam memanfaatkan objek wisata di taman nasional ujung kulon sebagai sumber penghasilan tambahan masyarakat ?

*Batasan-batasan yang dimaksud ini merujuk pada apa saja yang boleh dan tidak boleh dijadikan Usaha yang melibatkan Pemanfaatan hasil alam dan laut di kawasan TNUK. Adapun batasan itu sendir merujuk pada alam maupun hasil laut*

*yang dilindungi dan lahan yang dilindungi agar tidak melakukan perluasan lahan yang kemudian nantinya dijadikan produk UMKM.*

9. Apa Hambatan terbesar dalam melakukan upaya peningkatan wisata dan UMKM di Taman Nasional Ujung Kulon?

*Kendala yang tengah dihadapi pertama dalam Balai Taman Nasional pada sektor wisata, wabah Covid-19 dan bencana alam Tsunami menjadi hambatan dalam proses mendukung kesejahteraan masyarakat UKM.*

12. apa harapan Balai Taman Nasional Ujung kulon dalam membantu menciptakan Kelompok kecil usaha masyarakat Taman Nasional Ujung Kulon kedepannya?

*Harapan kami jelas ingin sekali masyarakat kembali bersama -sama TNUK di mata dunia melalui media sosial agar hambatan yang saya sebutkan tadi dapat terselesaikan dalam aspek kunjungan wisata yang lebih mapan.*

Pandeglang, 07 Juli 2023



Euis

### **Member Check Wawancara**

Nama	: Ade
------	-------

Jabatan : Masyarakat Nelayan Pesisir Sumur

Waktu Wawancara : Hari Sabtu, 08 Juli 2023.

Lokasi wawancara : Kediaman ade di pesisir pantai sumur

1. Apa Sumber mata pencaharian masyarakat Pesisir sumur di TNUK?

*Kalau melihat sumber mata pencaharian kita sebagai masyarakat sumur yang berada di Ujung Kulon mayoritas berprofesi sebagai Nelayan mas, selebihnya paling petani kebanyakan sih petani padi, namun ada petani petani lain seperti petani sayuran dan petani madu yang menjadi sumber penghasilan masyarakat.*

2. Berapa rata-rata Pendapatan perbulan masyarakat pesisir sumur yang berprofesi sebagai Nelayan?

*Jika rata rata pendapatan perbulan, saya kurang tau mas karena tidak menentu, namanya juga di laut paling mentok mentok Rp500.000 – Rp 1000.00 hasil dari tangkapan Bagang. Namun mayoritas dari kami para nelayan memiliki bos masing-masing dan jarang sekali ada yang memilikinya secara individu. Mayoritas bos kami orang cina.*

3. Apakah Taman nasional Ujung Kulon membantu dalam aktivitas para nelayan?

*Untuk hal ini karena kita berada di Wilayah Laut kawasan Taman Nasional Ujung Kulon tentu menjadi dorongan utama dalam hal izin menangkap Hasil Laut meskipun ijin itu datangnya dari dinas kelautan, dan kami diberikan pengetahuan perihal batasan batasan wilayah laut yang boleh dan tidak boleh kami tangkap hasil lautnya. Tentu sesekali TNUK mengadakan penyuluhan bagi nelayan namun terbilang jarang.*

4. Adanya sektor wisata di Taman Nasional Ujung Kulon apakah menjadi sumber pendapatan lebih bagi para nelayan terutama yang memiliki Kapal Congkreg?

*Para nelayan selain menjadi nelayan kami memiliki kapal atau sejenis boat laut untuk mengantarkan para wisatawan yang ingin ber destinasi wisata di pulau-pulau yang masih bagian dari Taman Nasional Ujung Kulon.*

5. Apa yang menjadi daya ekonomi tambahan bagi masyarakat dalam memanfaatkan TNUK?

*Masyarakat sekitar pesisir pantai memanfaatkan sektor -sektor wisata dengan mendirikan UMKM masyarakat dengan tujuan mendapatkan ekonomi tambahan. Tentu hal itu mendapatkan antusiasme yang cukup baik bagi masyarakat sekitar kawasan.*

6. Bagaimana Peran UMKM dan Pokdarwis yang bapak rasakan dalam kemajuan Taman Nasional Ujung Kulon?

*Ukm dan pokdarwis menurut saya kedua hal yang tidak bisa dipisahkan mengingat ini akan berdampak bagi masyarakat sekitar pesisir panta. Karena melewati mereka dengan media sosialnya kita akan merasakan dampaknya berupa wisatawan yang kembali ramai datang apalagi setelah covid masih sepi wisatawan yang datang.*

7. Apa hambatan yang tengah dialami para nelayan dan masyarakat dalam melihat potensi wisata yang berada Di Taman Nasional Ujung Kulon?

*Hambatan yang kami rasakan para nelayan terutama dalam akses penjualan hasil tangkapan laut. Karena dalam prosesnya setelah penangkapan dan penjualan berakhir di pelelangan ikan dan harganya pun murah. Tapi berbeda ketika banyak wisatawan yang datang maka harga ikan pun akan melambung tinggi dan permintaannya pun tinggi maka disini kita akan melihat keuntungan yang cukup besar.*

7. Apa harapan masyarakat dan para nelayan dalam kemajuan wisata dan Hasil Laut yang dapat menjadi sumber pendapatan utama?

*Saya berharap sebagai bagian dari para nelayan setidaknya diperhatikan secara lebih masif sih terkait bantuan penyuluhan pengetahuan tentang nelayan. Baik bantuan bantuan lainnya seperti alat tangkap nelayan dan lain lain. Namun disamping itu saya juga berharap keadaan wisata di Taman nasional Ujung Kulon berangsur pulih kembali seperti sebelumnya.*

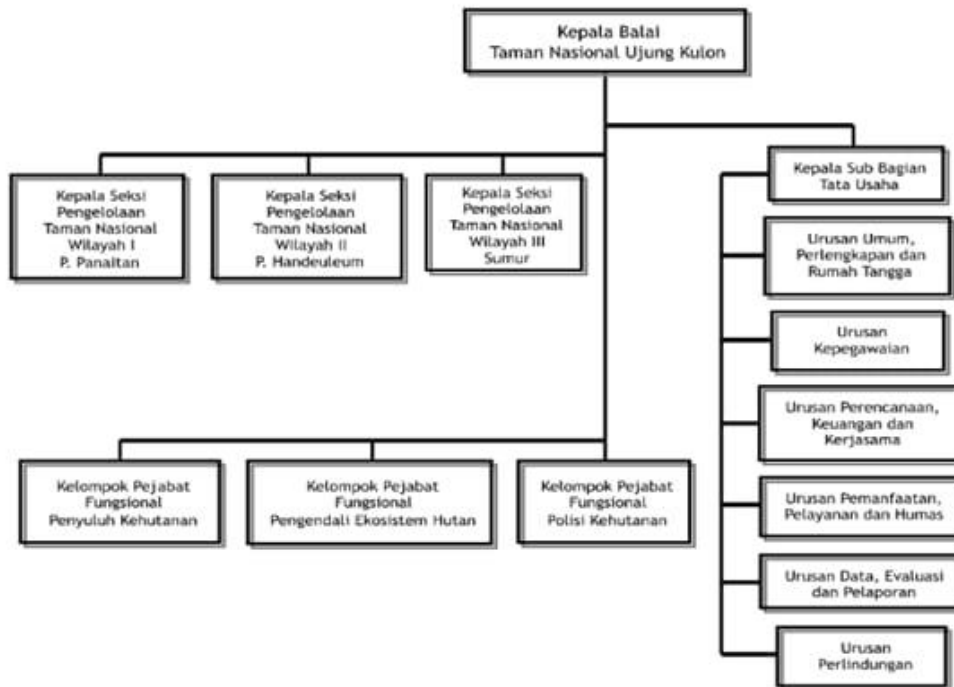
Pandeglang. 08 Juli 2023

A handwritten signature in black ink, appearing to be the name 'Ade' written in a cursive style.

Ade



## Lampiran 2 Struktur Dinas Balai Taman Nasional Ujung Kulon



Struktur Organisasi Balai Taman Nasional Ujung Kulon

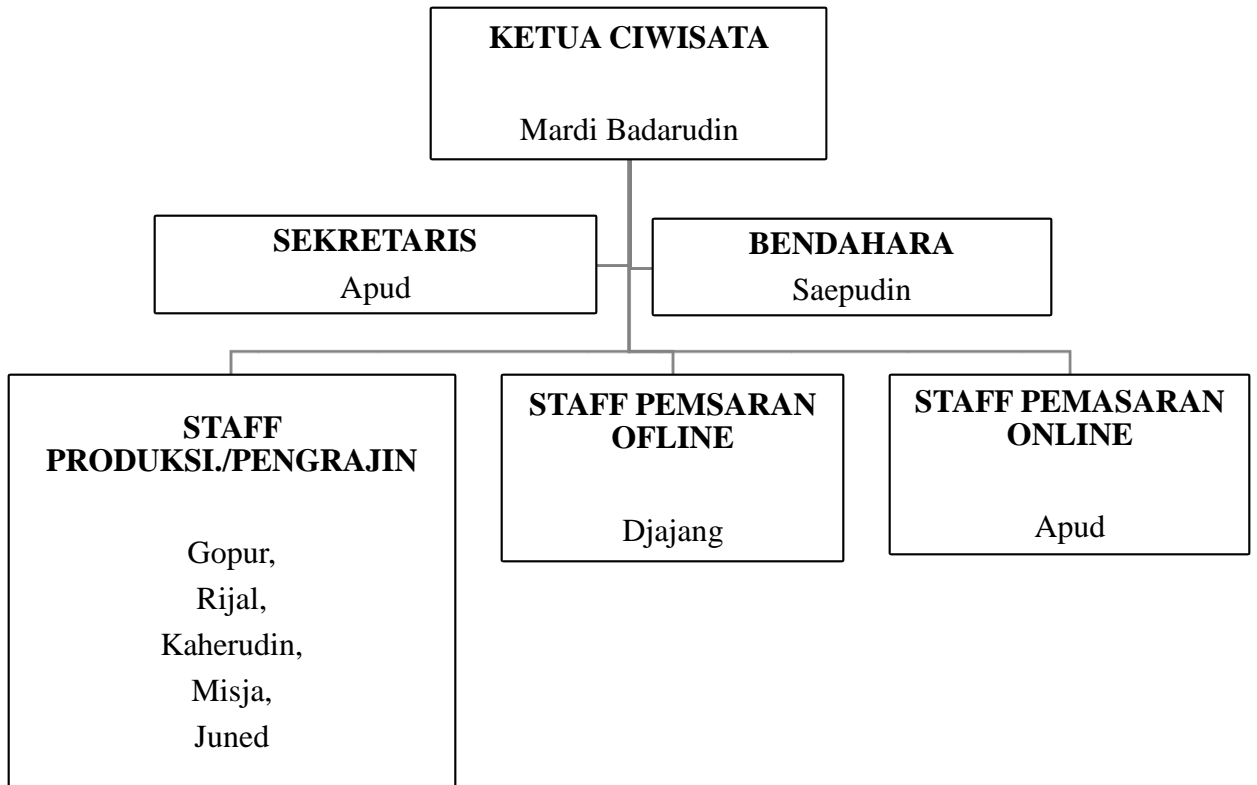
### Lampiran 3 Strukur Organisasi Pokdarwis Pandeglang

**STRUKTUR PENGURUS ORGANISASI  
ASOSIASI POKDARWIS PANDEGLANG (APP)  
PERIODE 2022 – 2027**

PEMBINA	: KEPALA DINAS PARIWISATA DAN BUDAYA
KABUPATEN PANDEGLANG	
PENASEHAT	: 1. AHMAD JARWADI 2. EDI ROHAEDI 3. DANI ARSANI
KETUA	: HUDDAN ZULKARNAEN
WAKIL KETUA	: ZAMZAM MUBARAK
BENDAHARA	: YOPI NURYADI, S.Pd
BIDANG BIDANG	: BAGUS NUGRAHA, S.E
<b>BIDANG SUMBERJAYA MANUSIA DAN PEMBERDAYAAN MASYARAKAT</b>	
KETUA	: SAEFULLAH, M.Pd
ANGGOTA	: 1. SANDHY FAZAR PRATAMA, S.M 2. CARKAH 3. HALIMAH, S.Pd 4. JUMAEDI 5. AHMAD ROSADI 6. U DIN BHRUDIN 7. ALIANI
<b>PENGEMBANGN ORGANISASI, ADVOKASI DAN KEMITRAAN</b>	
KETUA	: DEDEN SUDIANA
ANGGOTA	: 1. ETI ERNAWATI 2. DEDE ERWANA, ST 3. M ALDRIN FIRMASYAH 4. WARDI KURNIAWAN 5. OVAR AGUSTIAN
<b>BIDANG PENGEMBANGAN DESTINASI, PROMOSI DAN E-CRAFT</b>	
KETUA	: KARIM AMRULLAH
ANGGOTA	: 1. NABILA 2. MARYANA 3. ROSYID 4. FARIS SUNANDAR 5. RIO ALAMSYAH
<b>BIDANG LINGKUNGAN HIDUP DAN KONSERVASI</b>	
KETUA	: ARIP S, SP
ANGGOTA	: 1. AHMAD SYAHRONI 2. YOGA SANTOSA 3. U DIN MASHUDIN 4. ROSADI 5. DACE

**Lampiran 4 Strukur Organisasi Ciwisata (Cinibung Wisata)**

**STRUKTUR UMKM (USAHA MIKRO KECIL MENENGAH) UJUNG  
KULON SOUVENIR/CIWISATA**



**Lampiran 5 Halaman Media Sosial dan website Balai Taman Nasional Ujung Kulon, Pokdarwis Pandeglang dan Ciwisata (Cinibung wisata)**

<b>No</b>	<b>UMKM dan Dinas Pemerintahan</b>	<b>Media Sosial Yang Digunakan</b>	<b>Halaman Media Sosial</b>
1	Ciwisata (Cinibung Wisata)	Facebook	Facebook : Ciwisata UjungKulon
2	Pokdarwis Pandeglang	Instagram dan Website	Instagram : Pokdarwis Pandeglang Web : Pokdawris Pandeglang.or.id
3	Balai Taman Nasional Ujung Kulon	Instagram dan Website	Instagram : BTNUK Website : tnujungkulon.menlhk.go.id

## Lampiran 6 Dokumentasi Peneliti

Ketua Ciwisata (cinibung Wisata)



Wawancara Bersama Balai Taman Nasional Ujung Kulon



## Balai Taman Nasional Ujung Kulon



## Galeri Ciwisata ( Cinibung Wisata)



## Patung Badak Ciwista

