
Pengembangan Katalog Dwi Bahasa Wisata Malang Raya

**The Development of Malang Raya Tourism
Bilingual Catalog**

Dian Adi Pratiwi¹⁾, Tiksno Widyatmoko²⁾
Universitas Negeri Malang
diantlich@gmail.com¹⁾, tiksno.widyatmoko.fs@um.ac.id²⁾

Abstract

This study aimed to develop a tourism catalog of Malang Raya that compiled in bilingual, Indonesian and German. The product has been through a validation process by the media expert and material expert. The field trial was conducted by 10 respondents of the Indonesian Literature Department State University of Malang. The instrument used in this study was a questionnaire sheets. This study employed was descriptive quantitative research. The result of this study stated that the catalog is suitable to be used as a tourism reference in Malang Raya, and as literature readings for the related institutions in terms of Malang Raya tourism.

Keywords: *catalog, tourist attraction, Malang Raya*

Pendahuluan

Beberapa tahun terakhir dunia pariwisata menunjukkan perkembangan yang pesat di Indonesia. Perkembangan ini terlihat dari semakin menjamurnya destinasi wisata yang ditawarkan di Indonesia. Berbagai macam aplikasi *smartphone* juga tersedia untuk memudahkan pencarian dan pemesanan akomodasi perjalanan, seperti contohnya *Traveloka*, *Pegipegi*, *Agoda*, dan *Mister Aladin*. Pariwisata merupakan salah satu primadona dalam meningkatkan sumber pendapatan negara selain dari sektor migas dan pajak. Selaras dengan hal tersebut, pada tahun 2014 sektor pariwisata meningkat posisinya dari peringkat 5 menjadi peringkat 4 sebagai penyumbang devisa terbesar di Indonesia dengan jumlah 10 Miliar USD (Widagdyo, 2015: 1), sehingga dapat dikatakan bahwa sektor pariwisata juga memegang peran penting dalam peningkatan devisa negara.

Pariwisata erat kaitannya dengan komunikasi dalam bahasa asing. Komunikasi merupakan kegiatan berbahasa yang bersifat dua arah dan melibatkan penutur dan mitra tutur (Hidayat, 2013: 2). Komunikasi dalam bahasa asing diperlukan sebagai promosi untuk mengundang wisatawan yang datang dari berbagai penjuru negeri. Bahasa Jerman menjadi salah satu bahasa asing yang digunakan dalam dunia bisnis dan pariwisata.

Bahasa Jerman telah diajarkan secara formal di Indonesia mulai jenjang Sekolah Menengah Atas hingga perguruan tinggi. Universitas Negeri Malang merupakan salah satu perguruan tinggi yang menyediakan Program Studi Pendidikan Bahasa Jerman. Program Studi ini juga memfasilitasi

mahasiswa untuk memperoleh pengetahuan bidang kepariwisataan yang dikemas dalam matakuliah *Tourismus* pada semester 5, matakuliah *Reiseführung* pada semester 6, serta matakuliah *Deutsch im Arbeit* pada semester 7 (Jurusan Sastra Jerman Universitas Negeri Malang, 2016). Matakuliah ini ditempuh untuk mempersiapkan mahasiswa untuk melaksanakan PKL (Praktek Kerja Lapangan) di instansi terkait pariwisata, misalnya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Malang dan *Malang Tourist Information Center* (MTIC). MTIC telah bekerja secara maksimal dalam upaya mempromosikan pariwisata, akan tetapi media cetak berbahasa asing yang menyediakan informasi destinasi wisata di Kota Malang belum tersedia. Berdasarkan wawancara singkat dengan dua orang mahasiswa yang melaksanakan kegiatan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di MTIC, lembaga ini belum memiliki media cetak berupa katalog dalam bahasa asing yang memuat informasi tentang destinasi wisata di Kota Malang. Sehingga wisatawan yang datang ke MTIC untuk mencari informasi wisata Kota Malang seringkali hanya mendapat paparan informasi secara lisan.

Kota Malang adalah sebuah kota yang terletak di Provinsi Jawa Timur. Dengan semboyan “*Tri Bina Cita*”, kota ini memiliki tiga pokok penting yang menjadi ciri khas, yaitu Kota Malang sebagai kota pendidikan, kota industri, dan kota pariwisata. Kota ini juga merupakan bagian dari kesatuan wilayah yang dikenal dengan Malang Raya. Malang Raya adalah kawasan di Jawa Timur yang mencakup Kota Malang, Kabupaten Malang, dan Kota Batu. Dengan berbagai potensi yang dimiliki, kawasan Malang Raya menawarkan banyak destinasi wisata, mulai dari wisata kuliner, wisata religi, wisata budaya, wisata taman bermain, hingga wisata alam.

Berdasarkan paparan di atas, pengembang tertarik untuk melakukan penelitian dan pengembangan katalog dengan pembahasan destinasi wisata yang lebih khusus, yakni Malang Raya. Katalog disusun secara dwibahasa (bahasa Indonesia dan bahasa Jerman) agar dapat digunakan oleh banyak pihak, yaitu wisatawan domestik, wisatawan yang berasal dari Jerman, hingga para pembelajar bahasa Jerman. Oleh karena itu, pengembang mengambil judul penelitian “Pengembangan Katalog Dwibahasa Wisata Malang Raya”.

Metode

Metode yang digunakan oleh pengembang dalam penelitian ini adalah penelitian dan pengembangan atau *research and development*. Sukmadinata, (2009: 164) menyatakan penelitian dan pengembangan adalah keseluruhan langkah-langkah yang dilakukan secara runtut untuk menghasilkan sebuah produk baru atau menyempurnakan produk yang sudah ada. Dalam penelitian dan pengembangan ini, pengembang tidak menyempurnakan produk yang sudah ada, melainkan mengembangkan sebuah produk baru yang nantinya bisa dimanfaatkan oleh beberapa pihak dalam industri pariwisata, khususnya pariwisata Malang Raya. Model pengembangan yang dilakukan oleh pengembang adalah model pengembangan milik Borg & Gall (2003) yang telah dimodifikasi. Pengembang menggunakan model tersebut karena model pengembangan ini sesuai dengan kebutuhan dan tujuan penelitian.

Berikut langkah – langkah yang dilakukan pengembang adalah (1) penelitian dan pengumpulan data, (2) perencanaan, (3) pengembangan draf produk, (4) produk awal, (5) validasi ahli dan uji coba, (6) revisi dan penyempurnaan produk akhir, (7) diseminasi dan implementasi. Alasan pengembang memodifikasi langkah-langkah tersebut adalah pengembang hanya melakukan satu kali revisi yang juga dilakukan sebagai penyempurnaan produk akhir.

Instrumen penelitian merupakan alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam melakukan kegiatannya untuk mengumpulkan data agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah olehnya (Arikunto, 2013). Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa angket. Angket sebagai instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket elektronik berupa *Google Form*. Uji coba menggunakan *Google Form* ini dipilih karena pandemi

Covid-19 tengah melanda Indonesia dan pemerintah telah memberikan arahan untuk melakukan *social distancing*. Langkah pertama yang dilakukan pengembang adalah memilih sepuluh orang responden sesuai kriteria yang telah ditentukan. Kemudian pengembang mengirimkan tautan (*link*) angket elektronik *Google Form* kepada semua responden beserta *soft file* produk katalog wisata Malang Raya dalam format pdf.

Penilaian yang terdapat pada angket penelitian ini menggunakan skala Likert: 1) Sangat tidak setuju, 2) Tidak setuju, 3) Setuju, 4) Sangat setuju. Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban tersebut diberi skor satu sampai empat. Skor satu diberikan untuk jawaban sangat tidak setuju, sedangkan skor empat diberikan untuk jawaban sangat setuju. Sedangkan analisis data yang digunakan dalam penelitian ini dibedakan sesuai dengan jenis data yang didapat. Data kualitatif berupa kritik dan saran dianalisis secara deskriptif karena dalam analisisnya hanya sampai pada tahap menjelaskan sajian data yang diperoleh dengan apa adanya. Pengembang juga mengolah data kuantitatif menggunakan teknik persentase dengan rumus yang diadaptasi dari Sugiyono (2009).

Hasil dan Pembahasan

Produk yang dihasilkan dalam penelitian dan pengembangan ini berupa katalogwisata telah melalui tahap validasi oleh ahli media dan ahli materi. Produk ini juga telah melalui tahap uji coba oleh responden uji coba. Data penelitian diperoleh dari instrumen lembar angket validasi dan uji coba.

Validasi media katalogwisata Malang Raya dilakukan pada 23 Maret 2020 ahli media yaitu Robby Yunia Irawan, S.Pd., M.Pd. yang merupakan dosen Program Studi Pendidikan Bahasa Jerman. Aspek penilaian yang menjadi poin utama kriteria dalam validasi media meliputi tampilan katalog, desain dan tata letak, serta bentuk fisik buku. Data yang diperoleh dari proses validasi media dijabarkan dalam angket validasi sebagai berikut:

1. Perlu diberi penjelasan mengenai pembagian kategori wisata.
2. *Layout* dan ilustrasi perlu ditata ulang pada bagian yang mengganggu keterbacaan materi.
3. Perlu ditambahkan identitas pengembang produk.

Berdasarkan hasil validasi media yang telah dipaparkan di atas, diketahui bahwa produk yang dikembangkan menghasilkan presentase akhir sebesar 82,5%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa menurut ahli media, produk yang dikembangkan termasuk dalam kategori sangat valid. Ahli media juga memberikan komentar dan saran mengenai penataan ilustrasi dan pembagian kategori masing-masing destinasi wisata.

Validasi ahli materi dilakukan oleh M. Kharis, S.Pd., M.Hum yang merupakan dosen Program Studi Pendidikan Bahasa Jerman. Validasi materi dilakukan pada tanggal 27 Maret 2020. Validasi materi dilakukan dengan mengirimkan *softfile* katalog disertai angket validasi. Aspek penilaian dalam proses ini meliputi isi yang terdapat dalam katalog. Data yang diperoleh dari proses validasi materi dijabarkan dalam angket validasi sebagai berikut:

1. Perlu adanya tambahan peta Malang Raya.
2. Perlu ditambahkan informasi mengenai transportasi umum untuk mencapai destinasi wisata, seperti *Grab* atau *Gojek*.
3. Jika memungkinkan tambahkan juga info tentang sewa mobil dan motor, atau *travel agent* yang bisa dihubungi untuk mengantar wisatawan ke tempat tujuan.

Berdasarkan paparan data di atas, diketahui bahwa produk katalogwisata Malang Raya memiliki hasil presentase sebesar 97%. Maka dapat disimpulkan bahwa menurut ahli materi, produk yang dikembangkan dinyatakan sangat valid. Adapun ahli materi memberikan saran

perbaikan terkait dengan padanan bahasa Indonesia dengan bahasa Jerman yang kurang tepat pada beberapa kalimat.

Tahap uji coba dilaksanakan setelah pengembang melakukan proses validasi materi dan media. Uji coba dilakukan dengan mengirimkan *softcopy* katalog dan disertai angket elektronik *Google Form*. Penyebaran angket dimulai pada 28 Maret 2020. Responden uji coba dalam penelitian ini adalah sepuluh orang mahasiswa Universitas Negeri Malang yang terdiri dari lima orang Jurusan Sastra Indonesia angkatan 2016 dan 5 orang Jurusan Sastra Jerman yang sudah memiliki sertifikat B1.

Kegiatan ini dilaksanakan dengan tujuan untuk menilai isi dari segi kebahasaan yang terdapat dalam katalog. Mahasiswa Sastra Indonesia akan menilai isi berbahasa Indonesia, sedangkan mahasiswa Sastra Jerman akan menilai isi berbahasa Jerman. Pengembang memberikan angket berisikan 10 butir pertanyaan.

Uji coba yang telah dilaksanakan menghasilkan presentase sebesar 88,3%. Jika diukur dengan skala presentase yang telah ditentukan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa produk katalog wisata Malang Raya termasuk dalam kategori sangat valid.

Berdasarkan hasil validasi oleh ahli materi dan ahli media, beserta hasil uji coba dapat disimpulkan bahwa produk katalog wisata Malang Raya memiliki tingkat validitas yang tinggi, namun tetap terdapat beberapa bagian yang perlu dilakukan revisi. Poin-poin revisi dipaparkan sebagai berikut :

1. Mengubah penataan ilustrasi pada bagian yang mengganggu keterbacaan deskripsi.
2. Mengubah susunan foto yang saling bertumpukan dan tidak disertai garis terluar atau *borderline* sehingga mengurangi nilai estetika.
3. Pada daftar isi semula belum disertai penggolongan destinasi wisata sesuai kategori. Daftar isi direvisi dengan penambahan penggolongan kategori destinasi wisata yang disertai keterangan masing-masing simbol.
4. Semula katalog wisata Malang Raya belum disertai peta Malang Raya. Sesuai dengan arahan ahli materi, maka disisipkan peta Malang Raya di halaman awal produk.
5. Terdapat perubahan desain sampul, mulanya belum terdapat identitas penyusun dan desain hanya berupa peta Malang Raya dengan *background* berwarna hijau untuk bahasa Jerman dan berwarna biru untuk bahasa Indonesia.
6. Pada bagian deskripsi wisata religi Gereja Ijen berbahasa Jerman terdapat kalimat yang kurang tepat, sehingga dilakukan revisi agar lebih mudah dipahami. Pada bagian deskripsi wisata religi Masjid Salman Al-Farisi terdapat penggunaan kalimat yang kurang tepat.
7. Pada bagian deskripsi wisata kuliner Robucca, terdapat beberapa kalimat yang susunannya kurang tepat.
8. Pada bagian deskripsi destinasi wisata kuliner Djati Lounge, terdapat kalimat dengan penggunaan kosakata yang kurang tepat.
9. Pada bagian deskripsi destinasi wisata taman bermain Florawisata Santerra De Laponte, terdapat susunan kalimat yang kurang tepat.

Pada bagian deskripsi destinasi wisata alam Pantai Nganteb terdapat beberapa kalimat yang kurang tepat.

Penutup**Kesimpulan**

Pengembang berhasil menyusun produk dalam penelitian dan pengembangan ini berupa katalogwisata Malang Raya. Produk ini dapat dimanfaatkan bagi kalangan umum maupun pembelajar bahasa Jerman. Dalam produk ini terdapat dua puluh lima destinasi wisata yang terbagi menjadi lima kategori, yaitu wisata kuliner, wisata religi, wisata budaya, wisata taman bermain, dan wisata alam yang dikemas dengan dua bahasa, yaitu bahasa Indonesia dan bahasa Jerman. Pembahasan pada masing-masing destinasi wisata juga dilengkapi dengan foto, lokasi, harga tiket masuk, dan jam operasional.

Produk katalogwisata Malang Raya ini telah melalui proses validasi oleh Robby Yunia Irawan, S.Pd., M.Pd., sebagai ahli media dan M. Kharis, S.Pd., M.Pd., sebagai ahli materi. Selain itu, produk ini juga telah diuji cobakan kepada sepuluh orang mahasiswa Universitas Negeri Malang yang terdiri dari lima orang Jurusan Sastra Indonesia dengan kriteria angkatan 2016 serta lima orang Jurusan Sastra Jerman dengan kriteria sudah memiliki sertifikat B1. Instrumen yang dilakukan pengembang untuk mengambil data pada saat validasi media, validasi materi, dan uji coba adalah lembar angket.

Data yang diperoleh kemudian diolah dengan menggunakan teknik presentase dan diukur validitasnya berdasarkan kategori yang telah ditentukan, sehingga diperoleh hasil akhir sebagai berikut :

1. Presentase akhir dari hasil validasi media sebesar 82,5%, sehingga dapat dinyatakan bahwa produk yang dikembangkan termasuk dalam kategori sangat valid.
2. Presentase akhir dari hasil validasi materi sebesar 97%, sehingga dapat dinyatakan bahwa produk yang dikembangkan termasuk dalam kategori sangat valid.
3. Presentase akhir dari uji coba sebesar 88,3%, sehingga dapat dinyatakan bahwa produk yang dikembangkan termasuk dalam kategori sangat valid.

Adapun kelebihan dari produk katalogwisata Malang Raya yang telah dikembangkan, antara lain:

1. Dapat digunakan dengan mudah karena katalogdigunakan tanpa memerlukan koneksi internet.
2. Produk mencakup banyak variasi destinasi wisata yang dikemas secara lengkap menjadi satu kesatuan, sehingga dapat menjadi referensi kegiatan wisata yang bermacam-macam.
3. Produk dapat meningkatkan minat baca.
4. Konten dalam produk menggunakan bahasa Indonesia dan bahasa Jerman yang dapat dimanfaatkan bagi khalayak umum maupun pembelajar bahasa Jerman.
5. Produk dikemas dengan banyak komponen foto dan ilustrasi yang menarik tanpa mengurangi unsur informatif di dalamnya, sehingga konten yang ditampilkan lebih menarik dan mudah dipahami.

Sementara itu, produk ini pun juga masih memiliki kekurangan yang berkaitan dengan keterbatasan produk, antara lain:

1. Produk belum tersinkronisasi dengan teknologi apapun, sehingga belum bisa dimanfaatkan secara interaktif.
2. Destinasi wisata yang dibahas masih terbatas dan belum menyeluruh di kawasan Malang Raya.
3. Konten katalogwisata Malang Raya belum mencakup referensi akomodasi secara detail untuk menuju masing – masing destinasi wisata.

Saran

Produk katalogdwibahasa wisata Malang Raya ini dapat dimanfaatkan sebagai kekayaan literatur bagi industri pariwisata. Produk ini juga diharapkan dapat menjadi sumber referensi bagi mahasiswa yang akan melaksanakan PKL atau Praktik Kerja Lapangan di bidang pariwisata. Selain

itu, produk ini juga dapat bermanfaat sebagai sumber informasi wisata bagi kalangan secara umum maupun pembelajar bahasa Jerman.

Penelitian dan pengembangan katalog wisata Malang Raya ini bertujuan untuk memberikan alternatif lain bagi para wisatawan untuk menemukan destinasi wisata yang tepat di Malang Raya. Oleh karena itu produk akan diperbanyak dan diberikan kepada industri pariwisata sebagai kekayaan literatur. Selain itu, produk ini juga akan diletakkan di Bibliothek Jurusan Sastra Jerman, sehingga produk ini dapat diakses pula oleh semua mahasiswa. Untuk langkah diseminasi lainnya, produk akan didaftarkan ke salah satu penerbit agar dapat diterbitkan dan dijual secara massal.

Katalog dwibahasa wisata Malang Raya ini telah melalui tahap revisi berdasarkan penilaian, kritik dan saran dari ahli media, ahli materi, dan responden uji coba. Akan tetapi produk ini dapat dikembangkan menjadi lebih baik lagi dengan beberapa saran pengembangan lanjutan, antara lain :

- a. Menambahkan destinasi wisata lainnya yang lebih bervariasi, sehingga pembaca dapat mengantongi banyak referensi destinasi wisata.
- b. Menambahkan konten yang terdapat dalam produk dengan informasi akomodasi transportasi dan akses jalan yang dilalui untuk mencapai destinasi wisata, sehingga pembaca dapat mempersiapkan kegiatan wisatanya lebih baik lagi.
- c. Mempertimbangkan dengan matang faktor eksternal yang dapat mengganggu proses pembuatan katalog. Katalog ini disusun ketika pandemi Corona melanda Indonesia, sehingga pengembang tidak bisa menjelajahi destinasi wisata di Malang Raya dengan maksimal.
- d. Menambahkan fitur dalam produk berupa sinkronisasi teknologi sehingga produk dapat digunakan secara interaktif.

Daftar Rujukan

- Akbar, Sa'dun & Sriwiyana, Hadi. 2010. *Pengembangan Kurikulum dan Pembelajaran Ilmu Pengetahuan Sosial (IPS)*. Yogyakarta: Cipta Media.
- Arifin, Zainal. 2011. *Penelitian Pendidikan, Metode dan Paradigma Baru*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Dwiputra, Roby. 2013. Preferensi Wisatawan Terhadap Sarana Wisata di Kawasan Wisata Alama Erupsi Merapi. *Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota*, (Online), 24 (1): 35 – 48, (<http://journals.itb.ac.id/>), diakses pada 15 Januari 2020.
- Gall, M., Gall, J.P., & Borg, W.R., 2003. *Educational Research: An Introduction, 7th edition*. New York : Pearson Educational Inc.
- Hanief, Shofwan & Pramana, Dian. 2018. *Pengembangan Bisnis Pariwisata dengan Media Sistem Informasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Hendra, Sonya Tayomi. 2018. *Pengembangan Booklet Pariwisata Kab. Bondowoso sebagai Sumber Refrensi Matakuliah Reiseführung Jurusan Sastra Jerman Universitas Negeri Malang*. Skripsi tidak diterbitkan. Malang: FS UM.
- Hidayat, Edy. 2013. Bentuk Peningkatan dalam Komunikasi Silang Budaya Antara Native Speaker dan Pembelajar Bahasa Jerman di Indonesia. *Jurnal Studi Sosial*. (Online), 5(2): 75, (<https://scholar.google.com>), diakses pada 6 November 2019.
- Jurusan Sastra Jerman Universitas Negeri Malang. 2016. *Katalog Jurusan Sastra Jerman Fakultas Sastra Universitas Negeri Malang*. Malang : Fakultas Sastra Universitas Negeri Malang.

- Kalebos, Fatmawati. 2016. Faktor – faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Wisatawan yang Berkunjung ke Daerah Wisata Kepulauan. *Jurnal Riset dan Manajemen, Edisi Khusus Pemasaran dan Keuangan*, (Online), 4 (3): 489-502, (<https://ejournal.unsrat.ac.id/>), diakses pada 10 Januari 2020.
- Kasiram, Moh. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif – Kuantitatif*. Yogyakarta: Sukses.
- Maula, Anis Rochmatul. 2019. *Pengembangan Katalog Kompleks Trowulan sebagai Media Promosi kepada Wisatawan Berbahasa Mandari*. Skripsi tidak diterbitkan. Malang: FS UM.
- Muljadi, A. J. 2010. *Kepariwisata & Perjalanan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Nazir, Mohammad. 2011. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Pitana, I Gde & Diarta, I Ketut Surya. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Pranata, Eka & Sinaga, Samuel Palentino. 2018. Estimasi Wisatawan Mancanegara yang Datang ke Sumatera Utara Menggunakan Jaringan Saraf. *semanTIK*, (Online), 4 (1): 97-102, (<https://ojs.uho.ac.id>), diakses pada 9 Januari 2020.
- Purwanti, Novi Dwi. 2014. Pengaruh Jumlah Kunjungan Wisatawan Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Mojokerto Tahun 2006 – 2013. *Jurnal Ilmiah Tahun 2014*, 2 (3), (Online), (<https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jupe/article/view/9342>), diakses 10 Januari 2020.
- Rizki, Baiq Mutia Mulyaning. 2017. *Pengembangan Buku Lombok Reiseführer untuk Matakuliah Reiseführer pada Program Studi Pendidikan Bahasa Jerman Universitas Negeri Malang*. Skripsi tidak diterbitkan. Malang: FS UM.
- Rozak, Hasan Abdul. 2012. Kualitas Daya Tarik Wisata, Kepuasan dan Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Mancanegara di Jawa Tengah. *Jurnal Dinamika Kepariwisata*, 11 (2), (Online), (<https://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/pdk1/article/view/1715>), diakses 15 Januari 2020.
- Rustan, Suriyanto. 2009. *Layout Dasar dan Penerapannya*. Jakarta: Gramedia.
- Sari, Dewi Kusuma. 2011. *Pengembangan Pariwisata Obyek Wisata Pantai Sigandu Kabupaten Batang*. Skripsi. Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Sugiarto, Eko. 2018. *Pengantar Ekowisata*. Yogyakarta: Khitah Publishing.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suhendar, Yaya. 2016. *Pedoman Katalogisasi: Cara Mudah Membuat Katalog Perpustakaan*. Jakarta: Penerbit Kencana
- Sukmadinata, Nana Syaodih. 2009. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Suwena, I Ketut & Widyatmaja, I Gst Ngr. 2017. *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Denpasar: Pustaka Larasan.
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata*. Jaringan Dokumentasi dan Informasi Hukum Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (Online), (<http://jdih.kemenkeu.go.id>), diakses 15 Febuari 2020
- Wardiyanta. 2010. *Metode Penelitian Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Widagdyo, Kurniawan Gilang. 2015. Analisis Pasar Pariwisata Halal Indonesia. *The Journal of Tauhidinomics*, (Online), 1(1): 1, (<http://scholar.google.com>) diakses pada 29 Oktober 2019.