

**PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA DALAM
TEKNOLOGI INFORMASI, KOMUNIKASI, DAN PUBLIKASI
TERHADAP PENINGKATAN PERTUMBUHAN EKONOMI KREATIF
PADA PARIWISATA HALAL DI MADURA**

Mohammad Hasan Rahman¹, Muhammad Alkirom Wildan²

^{1,2}Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Trunojoyo Madura

Email: hasannr77@gmail.com

Abstract

Halal tourism has become an important sector in the growth of the creative economy in Madura. In the current digital era, information, communication and publication technology play a key role in raising the profile of Madura's halal tourism and creating sustainable business opportunities. However, to take full advantage of this potential, it is necessary to pay attention to the development of quality human resources (HR) in this field. This research was conducted to investigate the impact of human resource development in information technology, communication and publications on the growth of the creative economy in the context of halal tourism in Madura. The research methods that will be used are surveys, interviews, and secondary data analysis to collect relevant data. It is hoped that the results of this research will provide in-depth insight into the importance of investment in human resource development that focuses on information and communication technology in the halal tourism sector. It is hoped that these findings can provide guidance for government, industry and educational institutions to design human resource development programs that have a positive impact on the growth of the creative economy in Madura. This research will provide an important contribution to our understanding of how human resource development in information, communication and publication technology can spur the growth of the creative economy in the context of halal tourism, which also has the potential to become a model for other regions wishing to utilize the creative economy in culture-based tourism.

Keywords: *halal tourism, human resource, economy*

PENDAHULUAN

Dewasa ini tren berbau syariah menjadi suatu sorotan yang banyak dilirik oleh masyarakat Indonesia, tak terkecuali pariwisata halal. Saat ini, peningkatan minat masyarakat terhadap aktivitas wisata atau perjalanan mempunyai daya minat yang tinggi. Kegiatan wisata domestik juga telah berkembang sangat pesat dengan banyaknya destinasi baru yang memenuhi permintaan masyarakat. Selain itu, kebutuhan wisata masyarakat muslim semakin meningkat. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya logo halal di hotel Syariah dan restoran. Salah satu jenis pariwisata yang telah mengalami perkembangan yang cukup besar dan

sekarang menjadi trend bagi para wisatawan adalah wisata halal, yang mencakup penginapan atau hotel Syariah, makanan halal, dan destinasi Islam.

Hasil dari Global Muslim Travel Index (GMTI) tahun 2019 menunjukkan bahwa Indonesia adalah destinasi wisata halal terbaik di seluruh dunia, mengungguli 130 destinasi lainnya (Kemenpar, 2019). Indonesia sendiri termasuk dalam daftar sepuluh negara tujuan wisata terbaik pada tahun 2019. Daya saing industri adalah 77,8 (GMTI, 2019). Data menunjukkan bahwa upaya pemerintah Indonesia, terutama Kementerian Pariwisata, telah menghasilkan hasil yang cukup baik.

Menurut data GMTI 2019, diperkirakan jumlah wisatawan muslim di seluruh dunia akan mencapai 230 juta hingga tahun 2030. Menurut Kemenpar (2019), ada sepuluh destinasi pariwisata halal yang sedang berkembang di Indonesia. Salah satunya adalah Great Jakarta, yang mencakup Daerah Istimewa Yogyakarta, Jawa Tengah, Riau dan Kepulauan Riau, Jawa Timur, Jawa Barat, dan Jakarta. Great Batam mencakup Aceh dan Sumatera Barat. Great Bali mencakup Sulawesi Selatan dan Lombok Nusa Tenggara Barat. Untuk mencapai tujuan ini, pemerintah menggunakan branding wisata halal untuk meningkatkan destinasi, masyarakat, industri, dan sumber daya manusia melalui pemasaran digital. Pulau Madura merupakan sebuah pulau yang kaya akan budaya dan pariwisata, pulau ini juga merupakan pulau yang mayoritas penduduknya adalah pemeluk agama islam. Atmosfer islam dalam kehidupan bermasyarakat di Madura sangatlah kental, hal inilah yang menjadi salah satu alasan yang menjadikan pariwisata halal di Madura sangat diminati oleh masyarakat Madura. Mengelola pariwisata mempertimbangkan beberapa hal: atraksi merupakan acara budaya yang menarik wisatawan; akses, dalam hal ini merupakan infrastruktur penunjang seperti jalan, transportasi, integrasi antar destinasi, dan konektivitas; amenitas, dalam hal ini merupakan ketersediaan akomodasi, perhatikan kebersihan, dan fasilitas di sekitar destinasi (Riadhussyah & Subarkah, 2020). Selain itu, sangat penting untuk memperhatikan sumber daya manusia, yang berperan penting dalam mendorong pertumbuhan pariwisata karena mereka mendorong pertumbuhan ekonomi dan membuka lapangan kerja baru. Bisnis-bisnis seperti ojek, hotel, pemandu wisata, dan lainnya dapat mempekerjakan lebih dari satu orang. Tiga masalah utama yang dihadapi oleh sumber daya manusia Indonesia adalah sebagai

berikut: kurangnya pemahaman tentang teknologi informasi, kurangnya kemampuan manajerial, dan keterbatasan bahasa asing (Widodo, 2016).

Dari penjelasan diatas sudah jelas bahwasannya salah satu yang menjadi masalah bagi penggerak pariwisata adalah sumber daya manusia yang masih kurang andal. Hal ini juga yang terjadi pada pada Pulau Madura, banyak dari masyarakat madura yang masih belum melek teknologi, masih belum faham bagaimana mengelola industri pariwisata di era yang serba canggih ini. Padahal Pulau Madura merupakan pulau yang kaya akan budaya yang mana dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan yang berkunjung. Berangkat dari permasalahan inilah, sehingga peneliti ingin mengkaji lebih lanjut mengenai pengembangan sumber daya manusia di pulau madura.

Realita yang terjadi saat ini, sangat disayangkan apabila destinasi pariwisata di madura tidak bisa *go public* karena kurangnya pengelolaan. Jika hal ini dapat diatasi maka banyak hal positif yang timbul akibat adanya pariwisata ini, salah satu contohnya adalah dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat. Dengan adanya peningkatan trafik wisatawan pada tempat pariwisata, maka dapat meningkatkan kemungkinan terjadinya transaksi jual beli didaerah sekitar tempat wisata tersebut. Ketika hal tersebut terjadi maka peredaran uang akan meningkat sehingga dapat menaikkan PRDB (Produk Domestik Regional Bruto) daerah tersebut. Dengan demikian harapannya akan dapat menaikkan taraf hidup masyarakat madura.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian

yang bertujuan untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian secara keseluruhan dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, dalam konteks alamiah khusus, dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah (Moleong, 2007:6). Pendekatan deskriptif, di sisi lain, adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek.

Penelitian ini dilakukan di empat kabupaten yang ada di Pulau Madura, yaitu Bangkalan, Sampang, Pamekasan, dan Sumenep. Dari keempat kabupaten tersebut, peneliti akan mendatangi ke dinas-dinas terkait dan melakukan survei tempat wisata-wisata yang ada, guna mengambil data-data yang akan dijadikan sebagai bahan peneliti menyelesaikan laporan penelitian. Untuk waktu pelaksanaannya dimulai dari bulan September sampai bulan Oktober 2023.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan sumber data primer, yang berasal dari pendapat individu atau kelompok yang terlibat dalam penelitian. Selain menggunakan sumber data primer, peneliti juga menggunakan sumber data sekunder, yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara. Sumber data sekunder biasanya berasal dari riset kepustakaan, yaitu dengan mengumpulkan, membaca, dan memahami teori dari buku, jurnal, dan makalah. Selain itu, peneliti menggunakan metode pengumpulan data seperti observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk mendapatkan informasi yang relevan dengan fokus penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Madura adalah satu dari sekian banyak wilayah di Indonesia yang

memiliki potensi wisata yang besar, baik wisata alam, wisata budaya, maupun wisata religi. Pariwisata halal di Madura merupakan potensi besar yang bisa menjadi salah satu penggerak pertumbuhan ekonomi kreatif di daerah tersebut. Untuk mencapai potensi ini, pengembangan sumber daya manusia (SDM) dalam teknologi informasi, komunikasi, dan publikasi menjadi kunci.

Pengembangan atau pembangunan manusia terkait erat dengan kemampuan intelektual yang diperlukan untuk kinerja kerja yang lebih baik. Pembangunan sumber daya manusia bergantung pada kenyataan bahwa setiap orang yang bekerja dalam suatu industri membutuhkan pengetahuan, keahlian, dan keterampilan yang lebih baik. Konstruksi dirancang untuk memenuhi kebutuhan dalam jangka panjang, dan hasilnya hanya dapat dinilai dalam jangka waktu yang lebih lama. Pada umumnya, tujuan dari usaha pembangunan adalah untuk menciptakan masyarakat yang memiliki nilai dan perspektif yang lebih baik yang akan membantu memperbaiki, mengembangkan, dan membina bangsa.

Dari hasil turun lapangan, peneliti mendapatkan hasil berupa data-data yang dapat diolah untuk kemudian dijadikan hasil dan pembahasan dalam penelitian ini. Dalam rentang waktu yang telah peneliti lakukan, peneliti mengamati terkait fenomena yang terjadi dalam pariwisata di Madura. Bahwasannya dalam konteks "Pariwisata Halal" di Madura ini tanpa dilakukannya regulasi terkait hal tersebut, ternyata dalam praktiknya budaya keislaman sudah melekat dalam setiap pariwisata yang ada di Madura. Maka dari itu, pariwisata-pariwisata di Madura pada kenyataannya sudah menerapkan konsep wisata halal dalam penerapan seperti fasilitas-fasilitas yang ada pada tempat wisata. Namun, dalam pengelolaan pariwisatanya terdapat masalah yang paling menjadi sorotan. Ketika peneliti

melakukan wawancara dengan pihak Dinas Pariwisata dan juga pengelola wisata, mereka mempunyai permasalahan yang sama yaitu terkait sumber daya manusia yang masih belum mumpuni, bahkan permasalahan ini tidak hanya pada satu Kabupaten saja, namun keempat kabupaten di Madura. Permasalahan sumber daya manusia ini, tiap kabupaten mempunyai taraf atau tingkatan yang berbeda-beda. Ambil contoh pada Kabupaten Bangkalan, permasalahan sumber daya manusianya adalah tidak adanya kemauan atau kemandirian individu dalam melihat potensi wisata di daerahnya. Hal ini berbeda dengan permasalahan sumber daya manusia di

Kabupaten Sampang dan Sumenep, yang mana sudah ada kemandirian individu dalam mengelola pariwisata. Artinya permasalahan sumber daya manusia di Kabupaten Bangkalan harus menjadi konsentrasi atau pemusatan perhatian yang utama tiap stakeholder terkait. Dan dari permasalahan sumber daya manusia tersebut, masih banyak pula yang masih belum melek terkait teknologi informasi, komunikasi, dan publikasi, sehingga menyebabkan penyebaran informasi terkait pariwisata yang ada menjadi tidak maksimal.

Berikut akan ditampilkan data-data terkait pariwisata yang peneliti peroleh dari keempat kabupaten di Madura,

Tabel 1 Jumlah Wisata Terdaftar

No.	Kabupaten	2019	2020	2021	2022
1.	Bangkalan	20	21	25	25
2.	Sampang	13	13	11	10
3.	Pamekasan			14	17
4.	Sumenep	29	28	29	29

Sumber: Data diolah dari Dinas Pariwisata

Tabel 2 Jumlah Wisatawan Nusantara

No.	Kabupaten	2019	2020	2021	2022
1.	Bangkalan	2.538.237	961.151	248.265	3.393.979
2.	Sampang	841.745	71.250	123.388	225.707
3.	Pamekasan			242.665	198.118
4.	Sumenep	1.496.874	168.775	248.158	1.057.434

Sumber: Data diolah dari Dinas Pariwisata

Tabel 3 Jumlah Wisatawan Mancanegara

No.	Kabupaten	2019	2020	2021	2022
1.	Bangkalan	170	39	0	13
2.	Sampang	496	3	2	30
3.	Pamekasan			0	17
4.	Sumenep	1612	58	0	21

Sumber: Data diolah dari Dinas Pariwisata

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa Kabupaten Bangkalan mempunyai wisatawan terbanyak dari 3 kabupaten lainnya. Namun, dari data yang peneliti dapat, lebih dari 50% total wisatawan di Kabupaten Bangkalan merupakan

pengunjung Makam Syaichona Cholil. Tentu hal ini merupakan nilai plus tersendiri bagi Kabupaten Bangkalan, karena adanya keberadaan makam salah satu tokoh besar umat islam di Indonesia. Namun, jangan sampai hal ini menjadi latar belakang untuk tidak meningkatkan upaya

pengelolaan pariwisata di Kabupaten Bangkalan. Karena dari hasil terjun lapangan, setelah peneliti mewawancarai pihak dinas pariwisata, Kabupaten Bangkalan ini merupakan kabupaten yang mempunyai tingkat kesadaran sumber daya manusia yang rendah terkait pariwisata di daerahnya. Hal ini bisa dilihat dari upaya yang dinas pariwisata masih banyak perlu dilakukannya sosialisasi, bimbingan, pengarahan terhadap sumber daya manusia di daerah yang mempunyai pariwisata. Berbeda dengan Kabupaten Sumenep, masyarakat disana sudah mempunyai kemandirian dalam mengelola potensi wisata di daerahnya, sumber daya manusia yang ada pun sudah melek teknologi, sehingga dapat memudahkan penyebaran informasi terkait pariwisatanya melalui *platform-platform* digital. Hasilnya, Kabupaten Sumenep merupakan kabupaten yang mempunyai pengunjung wisatawan mancanegara terbanyak dibandingkan 3 kabupaten lainnya. Tidak heran apabila sektor pariwisata merupakan salah satu penyumbang PAD bagi Kabupaten Sumenep.

Selain itu, dapat dilihat bersama bahwasannya pada tabel tersebut semua kabupaten setelah tahun 2019 mengalami penurunan jumlah wisatawan, hal ini dikarenakan adanya pandemi covid-19 yang menyebabkan banyak tempat-tempat wisata ditutup dan juga akses yang dibatasi. Namun terdapat kekurangan data pada tabel tersebut, yaitu data dari Kabupaten Pamekasan tahun 2019-2020 dikarenakan adanya pindah tempat kantor dinas dan yang bertugas saat itu sudah pensiun. Peneliti sudah melakukan *follow up* terkait data tersebut namun jawaban dari pihak dinas masih tetap sama.

Dalam tempat pariwisata-pariwisata disana juga banyak warga sekitar yang memanfaatkannya untuk mencari penghasilan dengan cara berdagang seperti makanan, minuman bahkan souvenir atau

oleh-oleh yang bisa dibawa pulang oleh wisatawan. Hal ini menunjukkan bahwa adanya pariwisata dapat meningkatkan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) dikarenakan adanya perputaran ekonomi pada daerah tersebut. Selain itu juga menunjukkan bahwa tempat pariwisata dapat menjadi suatu ajang dalam bidang ekonomi kreatif. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Kreishan (2014), pariwisata adalah sektor yang memiliki kapasitas untuk memberikan kontribusi signifikan kepada ekonomi secara keseluruhan, seperti menyediakan lapangan pekerjaan dan meningkatkan pendapatan. Selain itu, pariwisata memiliki kemampuan untuk berfungsi sebagai katalisator pertumbuhan ekonomi yang dapat mendorong pertumbuhan sektor ekonomi lain yang bekerja sama dengan pariwisata. Masyarakat dapat memperoleh peran pariwisata melalui peluang usaha dan peluang kerja, dan peningkatan devisa, PDRB, dan output total. Income multiplier adalah ukuran jumlah uang yang dihasilkan suatu negara karena pengeluaran turis per unit. Misalnya, jika wisatawan mengeluarkan satu juta rupiah selama liburan dan masyarakat lokal menghasilkan tambahan 800 ribu rupiah, nilai income multipliernya adalah 0,8. Elsa (2016) Wisata dapat mendorong ekonomi lokal dengan ditunjukkan oleh banyaknya Income multiplier (Nugroho, Iwan, 2011:65).

PERAN EKONOMI KREATIF PADA SEKTOR PARIWISATA

Peran ekonomi kreatif dapat meningkatkan ekonomi, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, menciptakan peluang kerja baru, dan mengurangi pengangguran. Ini menjadikannya sangat penting.. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Lucky & Sriyono (2014) menunjukkan bahwa ekonomi kreatif adalah bentuk ekonomi kreatif yang dapat digunakan untuk meningkatkan pariwisata dan sumber daya manusia. Ekonomi kreatif

adalah pelaku ekonomi yang potensial yang selalu membawa nilai tertentu, dengan tujuan strategis untuk menarik pengunjung. Dalam konteks ini, ideologi ekonomi tidak selalu menjadi faktor utama yang mendorong ekonomi kreatif berbasis pariwisata, tetapi lebih kepada aspek budaya dan sumber daya manusia yang memerlukan pendekatan manajemen yang sensitif. Penting untuk memastikan bahwa ekonomi kreatif mampu mengembangkan dan mempromosikan identitas lokal yang unik sehingga dapat menarik minat pengunjung. Dengan demikian, ekonomi kreatif berbasis pariwisata muncul sebagai konsep baru yang menghargai sumber daya alam, sumber daya manusia, dan aspek budaya, sambil juga mengakui pentingnya pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

PENTINGNYA PEMAHAMAN TEKNOLOGI INFORMASI, KOMUNIKASI, DAN PUBLIKASI

Pariwisata halal adalah segmen pariwisata yang memenuhi kebutuhan wisatawan Muslim, termasuk dalam aspek makanan, akomodasi, dan kegiatan yang sesuai dengan nilai-nilai agama Islam. Madura, yang memiliki potensi budaya, kuliner, dan alam yang unik, dapat menjadi destinasi unggulan untuk pariwisata halal. Ekonomi kreatif melibatkan kreasi dan pemanfaatan kekayaan budaya, dan pariwisata halal adalah contoh yang baik. Hal ini mencakup seni, kerajinan, kuliner, dan teknologi yang mendukung pengembangan sektor ini. Teknologi informasi, komunikasi, dan publikasi memainkan peran penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif dalam pariwisata halal. Di era digital, wisatawan mencari informasi dan melakukan reservasi secara online. Oleh karena itu, pengembangan infrastruktur IT, platform e-commerce, dan promosi online menjadi kunci. Hal ini juga melibatkan penggunaan media sosial, konten digital, dan pemasaran online untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Namun tentunya

penggunaan alat-alat tersebut juga harus didukung dengan sumber daya manusia yang memadai. Dengan pengembangan SDM dalam teknologi informasi, komunikasi, dan publikasi, pariwisata halal Madura dapat meningkatkan daya saingnya di pasar global. Penggunaan teknologi membantu meningkatkan efisiensi operasional dan pelayanan, sementara komunikasi yang baik dan promosi efektif dapat menarik lebih banyak wisatawan. Peningkatan kualitas pelayanan adalah kunci untuk mempertahankan dan memperluas basis pelanggan.

SIMPULAN

Salah satu dari banyak sektor ekonomi yang berdampak pada pertumbuhan ekonomi Indonesia adalah pariwisata. Apalagi hasil menunjukkan bahwa Indonesia berada pada peringkat pertama sebagai destinasi wisata halal terbaik dunia di tahun 2019 versi Global Muslim Travel Index (GMTI). Maka dari itu, pengelolaan terhadap pariwisata di Indonesia harus dimaksimalkan, dalam kasus ini pengelolaan pariwisata di Madura. Namun yang jadi permasalahan adalah sumber daya manusianya yang masih kurang memadai. Dari keempat kabupaten yang ada di Madura, Sumenep merupakan kabupaten yang pariwisatanya sudah cukup terkelola. Selain itu juga sumber daya manusianya sudah melek akan teknologi, sehingga informasi pariwisata yang ada di Sumenep bisa tersebar luas. Hal itu dapat dibuktikan dengan adanya data yang menunjukkan bahwa Sumenep merupakan kabupaten yang wisatawan mancanegaranya terbanyak dari pada kabupaten lainnya di Madura. Pengembangan sumber daya manusia dalam teknologi informasi, komunikasi, dan publikasi merupakan aspek kunci untuk memacu pertumbuhan ekonomi

kreatif dalam sektor pariwisata halal di Madura. Dalam era digital yang terus berkembang, peran teknologi informasi dan komunikasi menjadi semakin penting dalam mempromosikan dan mengelola destinasi pariwisata. Kemampuan untuk mengintegrasikan teknologi, menyebarkan informasi dengan efektif, serta berkomunikasi dengan baik dapat menciptakan peluang yang berkelanjutan untuk ekonomi kreatif. Pendidikan dan pelatihan dalam teknologi informasi, komunikasi, dan publikasi dapat membantu menciptakan sumber daya manusia yang terampil dan kompeten dalam mengelola aspek-aspek digital dalam pariwisata halal. Peningkatan SDM dalam bidang ini akan mendukung pengembangan infrastruktur IT yang kuat, memungkinkan promosi yang lebih efektif, dan membantu menciptakan pengalaman wisata yang lebih baik. Selain itu, peningkatan ekonomi kreatif dalam pariwisata halal juga dapat memberikan manfaat sosial dan ekonomi yang signifikan kepada masyarakat setempat dengan menciptakan peluang pekerjaan baru, mengurangi tingkat pengangguran, dan meningkatkan kesejahteraan umum. Dengan fokus pada pengembangan sumber daya manusia dalam teknologi informasi, komunikasi, dan publikasi, Madura dapat memanfaatkan potensi ekonomi kreatifnya, mempromosikan identitas lokal yang unik, dan menjadi tujuan pariwisata halal yang menarik bagi wisatawan Muslim di seluruh dunia.

DAFTAR PUSTAKA

- Elsa. (2016). Peran Pariwisata dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Masyarakat. *Jurnal Spasial*. ISSN 2541-4380. Vol. 3 No. 1
- GMTI. (2019). Global Muslim Travel Index. <https://www.crescentrating.com/reports/global-muslim-travel-index2019.html>
- Kemenpar. (2019). 5 Tahun kembangkan pariwisata halal Indonesia raih peringkat pertama wisata halal dunia. <http://www.kemenpar.go.id/post/narasi-tunggal-5-tahun-kembangkanpariwisata-halal-indonesia-akhirnyaraih-peringkat-pertama-wisata-halaldunia-2019>
- Kemenpar. (2019). Siaran Pers Indonesia ditetapkan sebagai destinasi wisata halal terbaik dunia. <http://www.kemenpar.go.id/post/siaran-pers-indonesia-ditetapkansebagai-destinasi-wisata-halalterbaik-dunia-2019>
- Kreishan, F. (2014) The Economics of Tourism in Jordan: A Statistical Study During the Period 1990-2011. *Arab Economic and Business Journal*, 9, 37-45.
- Lucky & Sriyono (2014). Implementasi of Creative Economy to Improve Performance Based Tourism. *Jurnal The 3rd International Conference On Business and Banking (ICBB)*. Pattaya , Thailand 5-7 February .
- Moleong, Lexy J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nugroho, Iwan. (2011). *Ekonomi dan Pembangunan Berkelanjutan*. Yogyakarta: Penerbit Pustaka Pelajar.
- Riadhussyah, M. (2020). Pengembangan sumber daya manusia di bidang wisata halal dalam menghadapi revolusi industri 4.0. *Jurnal MSDA (Manajemen Sumber Daya Aparatur)*, 8(1), 1-13.

Widodo, W. S. (2016). 3 Masalah SDM Pariwisata Indonesia Bersaing di Tingkat Global. Retrieved from detik.com:

<https://travel.detik.com/travel-news/d-3176358/3-masalah-sdm-pariwisata-indonesia-bersaing-di-tingkat-global>