

PANDANGAN PENDATANG MUSLIM DI KOTA TSUKUBA TERHADAP PENYEBARAN INFORMASI WISATA HALAL DI JEPANG

***Annisa Fathihana Rizqita¹, Mohammad Ali²**

Program Studi Sastra Jepang, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Komputer Indonesia
Universitas Komputer Indonesia, Jl. Dipatiukur 112-116, Bandung, Indonesia
rizqitaa88@gmail.com

ABSTRACT

This research was conducted to find out and explain how the views of Muslim migrants in Tsukuba City on the dissemination of halal tourism information in Japan. The research method to be used is a qualitative research method. Data was collected using questionnaires and disseminated via social media. The category of respondents who can fill out the questionnaire is Indonesian Muslim citizens living in Tsukuba City. Questions in the questionnaire include statements about how respondents view halal tourism information. From the data collected and analyzed, the following conclusions can be drawn: 1) Most respondents know information about the concept of halal tourism from social media; 2) Few respondents received information about the concept of halal tourism from social media; 3) Almost half of respondents know information about the concept of halal tourism from social media.

Keywords: *Tourism, Halal Tourism, Information*

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menjelaskan bagaimana pandangan pendatang Muslim di Kota Tsukuba terhadap penyebaran informasi wisata halal di Jepang. Metode penelitian yang akan digunakan adalah metode penelitian kualitatif. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dan disebarluaskan lewat media sosial. Kategori responden yang dapat mengisi kuesioner adalah warga negara Indonesia beragama Muslim yang tinggal di Kota Tsukuba. Pertanyaan dalam kuesioner mencakup pernyataan tentang bagaimana pandangan responden terhadap informasi wisata halal. Dari data yang dikumpulkan dan sudah dianalisis, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: 1) Kebanyakan responden mengetahui informasi mengenai konsep wisata halal dari media sosial; 2) Hanya sedikit responden yang mendapatkan informasi mengenai konsep wisata halal dari media sosial; 3) Hampir setengah responden mengetahui informasi mengenai konsep wisata halal dari media sosial.

Kata kunci: *Pariwisata, Wisata Halal, Informasi*

PENDAHULUAN

Sektor pariwisata merupakan sektor yang dapat meningkatkan penyerapan tenaga kerja dan pertumbuhan ekonomi. Hal ini tidak terlepas dari peran serta berbagai kalangan masyarakat sebagai pelaku ekonomi di sektor pariwisata .dan karena manfaatnya melibatkan seluruh lapisan masyarakat untuk menjadikannya sebagai sarana penghidupan. Presentase sektor pariwisata dengan Produk Domestik Bruto (PDB) global sebesar 9%, menempati urutan keempat dalam perdagangan internasional setelah bahan bakar, bahan kimia dan produk otomotif (UNEP, 2013). Pariwisata adalah kegiatan

manusia yang dilakukan secara sadar untuk beberapa waktu, bergantian antara orang-orang di pedesaan dan di daerah lain (daerah tertentu), mencari keragaman dan kepuasan yang berbeda dari apa yang dialaminya secara penuh waktu (Wahab, 2000).

Jepang memiliki potensi pariwisata yang menarik wisatawan dari berbagai negara. Sebagai salah satu negara maju di Asia, Jepang memiliki kemajuan teknologi dan keunikan budaya tradisional di seluruh dunia. Produk elektronik canggih seperti kamera dan komputer dapat dibeli wisatawan dengan harga yang relatif murah. Sistem transportasi yang canggih yang mencakup semua wilayah memudahkan wisatawan untuk berpindah dari satu kota ke kota lain. Di sisi lain, para wisatawan dapat melihat arsitektur khas Jepang, pertunjukan budaya dan seni tradisional, terutama di kota-kota bersejarah seperti Kyoto. Perpaduan ini semakin diperkuat dengan potensi keindahan alamnya. Ada 20 atraksi di Jepang, dan 4.444 terdaftar sebagai Situs Warisan Dunia UNESCO. Destinasi wisata yang masuk dalam daftar tersebut antara lain wisata alam seperti Pulau Ogasawara, tempat wisata bernilai budaya seperti Gunung Fuji, bangunan/arsitektur, dan Kubah Bom Atom (Hiroshima Peace Memorial Museum). Oleh karena itu, tidak jarang Jepang menjadi magnet yang menarik wisatawan dari seluruh dunia.

Sejak tahun 2003, jumlah wisatawan asing di Jepang meningkat sejak Jepang meluncurkan kampanye promosi pariwisata yang disebut "Visit Japan" di Hongkong, Inggris, Prancis, Jerman, Australia, Kanada, Singapura, Thailand, Malaysia, dan Indonesia. Lonjakan jumlah wisatawan ini juga telah membantu bisnis pariwisata Halal di Jepang tumbuh walaupun secara geografis Jepang jauh dari negara-negara Islam. Islam masuk ke Jepang sekitar tahun 1867, yakni sekitar masa Restorasi Meiji yang ditandai dengan munculnya karya literatur keislaman (Haryanti, 2013). Jumlah orang Jepang yang memeluk Islam juga sangat sedikit. Di Jepang, 51,2% dari populasi beragama Shinto, 43% adalah Buddha, dan 1,0% adalah Kristen, tetapi Islam baru-baru ini diakui oleh sebagian besar orang Jepang (Sugiyama, 2014).

Sejalan dengan peningkatan jumlah wisatawan Muslim dari tahun ke tahun, permintaan wisata halal (*halal tourism*) pun semakin meningkat. Presiden Dewan Nutrisi Islam Amerika, Muhammad Munir mengemukakan bahwa konsep wisata halal adalah konsep baru pariwisata yang melayani perjalanan liburan dengan menyesuaikan gaya liburan sesuai dengan kebutuhan dan permintaan wisatawan Muslim (Wuryasti, 2013). Sedangkan menurut Battour & Ismail (2016), wisata halal adalah kegiatan dalam pariwisata yang 'diperbolehkan' menurut ajaran Islam untuk digunakan oleh orang Muslim dalam industri pariwisata.

Karena semakin banyaknya wisatawan Muslim, Jepang menjadi sangat aktif dalam mengembangkan fasilitas ramah Muslim untuk meningkatkan jumlah wisatawan asing. Dikarenakan Jepang adalah negara non-Islam dan didominasi oleh pemeluk Buddha dan Shinto, tentu pemahaman masyarakat tentang halal dan konsep wisata halal sangat terbatas.

Meskipun Islam merupakan agama minoritas di Jepang, namun tidak menyurutkan semangat wisatawan Muslim untuk berwisata ke sana. Dengan mempertimbangkan kemungkinan ini, pemerintah Jepang berupaya memberikan pengalaman perjalanan yang aman dan nyaman bagi wisatawan Muslim. Keberhasilan Jepang terbukti dalam World Halal Tourism Awards 2016 sebagai "*The World's Best Non-OIC (Organization of Islamic Council) Emerging Halal Destinations*" (Halal Media Japan, 2016).

Pemerintah Jepang telah mengembangkan beberapa tempat wisata, menyediakan fasilitas ibadah dan restoran halal di tempat tujuan wisata, serta menyediakan transportasi

yang nyaman dan tepat waktu untuk mendukung kebijakan peningkatan wisatawan Muslim. Pihak tur perhotelan juga akan memandu para wisatawan Muslim dalam memberikan informasi penting tentang destinasi wisata, restoran halal dan tempat ibadah. Strategi untuk mendukung kebijakan pemerintah dalam menciptakan wisata syariah di Jepang adalah dengan melakukan promosi dan publikasi.

Jumlah fasilitas sholat di Jepang juga mengalami peningkatan, walaupun belum sepenuhnya terealisasi. Selain itu, terdapat sekitar 241 tempat sholat di Jepang, termasuk di lokasi-lokasi strategis seperti Bandara Internasional Kansai dan Narita, Stasiun Osaka dan Tokyo, tempat wisata Nijo, kafe dan restoran. Namun, beberapa tempat ibadah tidak memiliki kamar kecil. Dari 98 masjid di Jepang, 38% tidak memiliki fasilitas untuk bersuci. Selain makanan, tempat ibadah dan penginapan, Jepang juga telah mulai merambah ke dalam fashion halal untuk menarik wisatawan muslim. Pada Juli 2017, perusahaan fashion UNIQLO berkolaborasi dengan desainer Jepang bernama Hana Tajima untuk membuat busana muslim. Selain itu juga diproduksi hijab dan cardigan dengan motif Jepang. Di tahun yang sama, lembaga sertifikasi halal Jepang juga mulai mengeluarkan sertifikat halal untuk beberapa merek kosmetik. Sertifikasi halal juga telah diperoleh untuk bumbu masakan seperti miso dan saus sukiyaki. Beberapa souvenir Jepang juga telah bersertifikat halal (Wahidati dan Sarinastiti, 2018).

Penelitian terkait wisata halal telah banyak dilakukan, salah satunya adalah yang dilakukan oleh Wahidati dan Sarinastiti (2018) dalam *PERKEMBANGAN WISATA HALAL DI JEPANG*. Penelitian ini menganalisis tentang kebutuhan pengembangan wisata halal di Jepang dengan berfokus pada karakteristik pelayanan dan fasilitas berbasis *omotenashi*. Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh melalui jurnal dan *website* yang berkaitan dengan topik penelitian. Dari hasil analisisnya, disebutkan bahwa jumlah fasilitas ramah Muslim di Jepang meningkat. Dari enam kebutuhan wisatawan Muslim, empat diantaranya sudah terpenuhi, yaitu kebutuhan makanan halal, mushola, toilet dengan air, dan layanan rekreasi dengan privasi. Namun, masih terdapat beberapa kekurangan yang perlu diperhatikan oleh Jepang, yaitu 1) masih banyak ditemukan aktifitas non-halal di restoran, 2) belum tersedianya pelayanan sahur bagi wisatawan Muslim yang berpuasa khususnya pada bulan Ramadhan, 3) terbatasnya restoran halal di kota kecil, 4) belum adanya sertifikasi halal yang ditunjuk secara resmi oleh pemerintah Jepang, dan 5) jumlah mushola yang menyediakan fasilitas masih terbatas.

Kota Tsukuba yang terletak di Prefektur Ibaraki adalah salah satu kota di Jepang dengan perkembangan agama Islam yang cukup tinggi. Pada tahun 2006, jumlah pemeluk agama Islam di kota Tsukuba ada sekitar 150 yang berasal dari berbagai negara, dan 40-50 orang di antaranya berasal dari Indonesia. Pada tahun 2013, jumlahnya meningkat menjadi 350 orang, di mana sekitar 90 orang di antaranya berasal dari Indonesia. Hingga tahun 2019, pemeluk agama Islam di Tsukuba telah meningkat mencapai 580 orang (PWMU, 2019).

Dengan semakin berkembangnya fasilitas ramah Muslim di Jepang dan tingginya penduduk Muslim di kota Tsukuba, penulis tertarik untuk meneliti pengaruh wisata halal tersebut terhadap minat pendatang Muslim yang ada di kota Tsukuba untuk berwisata di Jepang dan seberapa sering mereka menggunakan fasilitas ramah Muslim selama berwisata di Jepang.

METODE

Metode penelitian adalah cara ilmiah untuk memperoleh data dengan maksud dan tujuan tertentu (Sugiyono, 2019:2). Sedangkan Creswell (2016:3) menjelaskan bahwa metode penelitian sebagai rencana dan prosedur penelitian yang mencakup langkah-langkah dari asumsi yang luas hingga metode pengumpulan, analisis, dan interpretasi data yang terperinci.

Metode penelitian yang digunakan oleh penulis pada penelitian ini adalah metode kualitatif, menurut Sugiyono (2010) penelitian kualitatif sendiri termasuk dalam jenis penelitian baru dan didasarkan pada pemahaman post-positivistik yang percaya bahwa ada tujuan di balik apa yang tidak terlihat.

Sumber data yang didapat dalam penulisan ini terdiri dari dua sumber, yaitu:

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti dari hasil pengisian kuesioner. Sumber ini adalah sumber pokok yang dijadikan rujukan utama dalam penelitian ini.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari buku dan jurnal sejenis yang berkaitan dengan penelitian ini.

Dalam penelitian kualitatif, instrumen utama dalam pengumpulan data adalah penulis sendiri. Penulis sebagai human instrument, berfungsi menetapkan fokus penelitian, memilih informan sebagai sumber data, melakukan pengumpulan data, menilai kualitas data, analisis data, menafsirkan data, dan membuat kesimpulan atas temuannya (Sugiyono, 2019).

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian. Sugiyono (2008) mengungkapkan bahwa ada empat macam teknik pengumpulan data, yaitu wawancara, observasi, kuesioner, dokumentasi dan gabungan/triangularisasi. Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah angket atau kuesioner.

Angket atau kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada para responden, dan peneliti tidak bertanya atau menjawab secara langsung kepada responden (Sutopo, 2006). Jenis angket yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah angket tertutup. Angket tertutup adalah angket yang disajikan sedemikian rupa sehingga responden diminta untuk memilih jawaban yang sesuai dari opsi jawaban yang sudah ditentukan oleh peneliti (Arikunto, 2016). Metode ini digunakan untuk memperoleh data tentang bagaimana pendapat pendatang Muslim di Kota Tsukuba terhadap wisata halal di Jepang. Kuesioner dibuat menggunakan google form yang berisi 30 pernyataan yang dapat dijawab dengan memilih satu pilihan antara SS (Sangat Setuju, S (Setuju), TS (Tidak Setuju) dan STS (Sangat Tidak Setuju). Kemudian *link* kuesioner disebarkan kepada pendatang Muslim Kota Tsukuba yang tergabung dalam komunitas FKMTI (Forum Komunitas Muslim Tsukuba Indonesia) melalui media sosial Instagram. Hasil kuesioner yang didapat kemudian akan diolah menggunakan penafsiran pada tabel berikut.

Tabel 1. Penafsiran Persentase Kuesioner

No.	Persentase	Penafsiran
1.	100%	Seluruhnya
2.	90%~99%	Hampir seluruhnya
3.	60%~89%	Sebagian besar
4.	51%~59%	Lebih dari setengahnya
5.	50%	Setengahnya
6.	40%~49%	Hampir setengahnya
7.	10%~39%	Sebagian kecil
8.	1%~9%	Sedikit sekali
9.	0%	Tidak ada sama sekali

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengkategorikan data, menjabarkannya ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusunnya ke dalam pola, mengidentifikasi mana yang penting dan mana yang akan di pelajari, dan menarik kesimpulan dengan cara yang mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain (Sugiyono, 2019).

Teknik analisis data yang akan digunakan penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Reduksi Data

Reduksi data berarti merangkum, memilih intisari, memfokuskan pada hal-hal penting yang sesuai dengan topik penelitian, mencari tema dan pola, dan terakhir memberikan gambaran yang lebih jelas untuk memudahkan pengumpulan data lebih lanjut (Sugiyono, 2018). Data yang diperoleh kemudian akan ditulis dalam bentuk laporan lalu disusun berdasarkan data yang diperoleh untuk di lakukan proses reduksi.

2. Penyajian Data

Langkah penting selanjutnya adalah penyajian data. Data yang diperoleh dapat diorganisasikan dalam bentuk tabel, bagan, flowchart, dan sejenisnya. Hal ini akan memudahkan penulis dalam menyusun, memahami data, dan melihat pola hubungan data satu dengan data lainnya. Sugiyono (2018) percaya bahwa dengan melakukan penyajian data tersebut maka akan mempermudah penulis dalam menyusun data sehingga akan mudah dipahami. Agar memudahkan dalam menganalisis data, maka penulis akan membuat data hasil kuesioner ke dalam bentuk tabel terlebih dahulu kemudian menjelaskan hasil yang telah didapat.

3. Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada di lapangan (Sugiyono, 2019). Setelah selesai menganalisis hasil dari kuesioner yang telah didapat, selanjutnya penulis akan membuat kesimpulan yang dapat diambil dari pembahasan.

HASIL

Hasil yang didapat dari responden mengenai konsep wisata halal dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. Hasil tanggapan responden mengenai pengetahuan konsep wisata halal

Pernyataan	Jawaban				Jumlah
	SS	S	TS	STS	
Saya mengetahui tentang konsep wisata halal di Jepang.	4	11	0	0	15
	26.7%	73.3%	0%	0%	100%

Dapat dilihat pada tabel 2 bahwa sebagian kecil (26,7%) responden sangat setuju mereka mengetahui tentang konsep wisata halal di Jepang. Sebagian besar (73,3%) responden menjawab setuju bahwa mereka mengetahui konsep wisata halal di Jepang. Tidak ada sama sekali (0%) responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju bahwa mereka mengetahui tentang konsep wisata halal di Jepang.

Berdasarkan hasil paparan tabel 2, dapat diambil kesimpulan bahwa seluruh responden mengetahui tentang konsep wisata halal di Jepang dan tidak ada sama sekali responden yang tidak mengetahui tentang konsep wisata halal di Jepang. Pada tabel 3, 4 dan 5 akan dipaparkan hasil tanggapan responden mengenai awal mula mereka mengetahui konsep wisata halal.

Tabel 3. Hasil tanggapan responden mengenai awal mula mereka mengetahui konsep wisata halal melalui media sosial

Pernyataan	Jawaban				Jumlah
	SS	S	TS	STS	
Saya mengetahui tentang konsep wisata halal dari media sosial (<i>Instagram, Facebook, Twitter, dll</i>)	4	10	1	0	15
	26.7%	66.7%	6.7%	0%	100%

Dapat dilihat pada tabel 3 bahwa sebagian kecil (26,7%) responden menjawab sangat setuju mereka mengetahui konsep wisata halal dari media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Twitter. Sebagian besar (66,7%) responden setuju bahwa mereka mengetahui konsep wisata halal dari media sosial. Sedikit sekali (6,7%) responden yang menjawab tidak setuju bahwa mereka mengetahui konsep wisata halal dari media sosial dan tidak ada sama sekali (0%) yang menjawab sangat tidak setuju bahwa mereka mengetahui konsep wisata halal dari media sosial.

Tabel 4. Hasil tanggapan responden mengenai awal mula mereka mengetahui konsep wisata halal melalui media cetak

Pernyataan	Jawaban				Jumlah
	SS	S	TS	STS	
Saya mengetahui tentang konsep wisata halal dari media cetak	0	1	12	2	15
	0%	6.7%	80%	13.3%	100%

Dapat dilihat pada tabel 4 bahwa tidak ada sama sekali (0%) responden yang menjawab sangat setuju mereka mengetahui konsep wisata halal dari media cetak seperti koran dan majalah. Hanya sedikit sekali (6,7%) responden yang menjawab setuju bahwa mereka mengetahui konsep wisata halal dari media cetak. Sebagian besar (80%) responden tidak setuju bahwa mereka mengetahui konsep wisata halal dari media cetak dan tidak ada sama sekali (0%) respponden yang menjawab sangat tidak setuju bahwa mereka mengetahui konsep wisata halal dari media cetak.

Tabel 5. Hasil tanggapan responden mengenai awal mula mereka mengetahui konsep wisata halal melalui teman

Pernyataan	Jawaban				Jumlah
	SS	S	TS	STS	
Saya mengetahui tentang konsep wisata halal dari teman	1	10	4	0	15
	6.7%	66.7%	26.7%	0%	100%

Dapat dilihat pada tabel 5 bahwa hanya sedikit sekali (6,7%) responden yang menjawab sangat setuju bahwa mereka mengetahui konsep wisata halal dari teman. Sebagian besar (66,7%) responden setuju bahwa mereka mengetahui konsep wisata halal dari teman. Sebagian kecil (26,7%) responden tidak setuju bahwa mereka mengetahui konsep wisata halal dari teman dan tidak ada sama sekali (0%) responden yang menjawab sangat tidak setuju bahwa mereka mengetahui konsep wisata halal dari teman.

Berdasarkan hasil pemaparan tabel 3, 4 dan 5, dapat diambil kesimpulan bahwa hampir seluruh responden mengetahui konsep wisata halal dari media sosial, dan hampir seluruh responden tidak mengetahui konsep wisata halal dari media cetak, namun sebagian besar dari responden juga mengetahui konsep wisata halal dari teman.

PEMBAHASAN

Berdasarkan tabel 2, seluruh responden mengetahui tentang konsep wisata halal. Lalu berdasarkan hasil analisis tabel 3, 4 dan 5, hampir seluruh responden mengetahui konsep wisata halal dari media sosial, dan hampir seluruh responden tidak mengetahui konsep wisata halal dari media cetak, namun sebagian besar dari responden juga mengetahui konsep wisata halal dari teman. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial adalah media yang sangat mudah digunakan untuk menyebarkan berbagai informasi dan dapat digunakan oleh siapa saja setiap saat, sehingga dijadikan sebagai media untuk penyebaran berbagai kepentingan termasuk mengenai informasi konsep wisata halal. Perkembangan media sosial pada masa kini sangat pesat dan berbanding lurus dengan perkembangan internet. Media sosial merupakan salah satu model jaringan yang menghubungkan dan membantu banyak orang untuk saling berbagi gagasan dan informasi. Penggunaan media sosial pada era milenial mempunyai peran penting dalam kepentingan setiap individu, bisnis, maupun organisasi. Peran media sosial umumnya digunakan untuk penggunaan pribadi sebagai media pertemanan, media informasi, media hiburan dan sarana realisasi diri pengguna, dan dari sudut pandang komersial juga dapat digunakan untuk tujuan bisnis. Alasan mengapa pendatang Muslim di Kota Tsukuba lebih banyak mengetahui konsep wisata halal melalui media sosial adalah karena hampir

semua orang memakai media sosial untuk memudahkan dalam mencari informasi, salah satunya contohnya adalah informasi tentang konsep wisata halal.

SIMPULAN

Berdasarkan analisis dari pembahasan hasil data yang telah diperoleh, dapat diambil kesimpulan bahwa informasi mengenai wisata halal lebih banyak tersebar dan didapatkan melalui media sosial dibandingkan melalui teman dan media cetak. Hal ini menunjukkan bahwa pada masa kini media sosial adalah media yang sangat populer di setiap kalangan dan mempunyai peran penting dalam menyebarkan berbagai informasi, sehingga dijadikan sebagai media untuk penyebaran berbagai kepentingan termasuk mengenai informasi konsep wisata halal.

REFERENSI

- Gulo, W. (2002). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Imai, Masaaki. (2012). *Gemba Kaizen: A Commonsense Approach To A Continuous Improvement Strategy (Second Edition)*. New York: McGraw-Hill Companies.
- Nasution, Ph. D., Indra Kesuma. (2019). *Budaya Kerja Kelas Dunia*. Bekasi Selatan: Mulia Sejahtera Grafika.
- Nelfiyanti, N., Dewiyani, L., Sudarwati, W., & Rani, A. M. (2018). Implementasi 5R di SasaHomestay Teluk Jambe Karawang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Teknik*, 1(1), 39-44.
- Nurmansyah, G., Rodiyah, N., Sudarwati, W., Hapsari, Ayu R. (2019). *Pengantar Antropologi: Sebuah Ikhtisar Mengenal Antropologi*. Lampung: CV. Anugrah Utama Raharja.
- Osada, Takashi. (1995). *Sikap Kerja 5S*. Diterjemahkan oleh Mariani Gandamihardja. Jakarta: Pustaka Binaman Pressindo.
- Setiana, S. M., Setiawati, L., & Mustaqim, M. (2019). Hard Skills Versus Soft Skills: How Do they Affect Different Job Types of Japanese Language Graduates?. *International Journal of Learning, Teaching and Educational Research*, 18(11), 176-192.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suwondo, Chandra. (2012). Penerapan Budaya Kerja Unggulan 5S (Seiri, Seiton, Seiso, Seiketsu, Dan Shitsuke) Di Indonesia. *Jurnal Magister Manajemen*. 1 (1), 29-47.
- Suwondo, Chandra. (2014). *Budaya Kerja Super – Implementasi 5S di Indonesia*. Jakarta: Halaman Moeka Publishing.
- Yusuf A., Muri. (2017). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana Group.