

Pelestarian Ayam Inkung Sebagai Ikon Budaya Wisata Kuliner Kampung Inkung, Pajangan, Bantul Yogyakarta

Dodik Prakoso Eko Hery Suwandojo

Dosen Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta

dodikprakosoehs@gmail.com

Abstraksi

Daerah Istimewa Yogyakarta memiliki sejarah budaya sejak dahulu yang perlu dilestarikan. Salah satunya adalah makanan tradisional Ayam Inkung dari Kampung Inkung, Pajangan, Bantul. Saat ini makna filosofi ikon budaya tersebut tidak diketahui mayoritas wisatawan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui makna filosofi Ayam Inkung sebagai *ubo rampe* pada upacara adat dan bagaimana upaya pelestariannya.

Hasil penelitian menyebutkan bahwa penamaan Ayam Inkung dilatarbelakangi bentuknya yang *manekung* atau bersujud dengan bentuk kepala menoleh ke belakang melambangkan manusia agar bersyukur kepada Tuhan Yang Maha Esa dan ingat atas perjalanan hidupnya. Sedangkan upaya pelestarian Ayam Inkung dapat dilakukan dengan menampilkan sisi filosofi budayanya. Upaya tersebut diharapkan dapat menarik minat wisatawan dari segi wisata kuliner budaya.

Kata kunci: Pelestarian, Ayam Inkung, Budaya, Wisata Kuliner, Bantul.

PENDAHULUAN

Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) memiliki sejuta pesona keindahan pariwisata. Beragam jenis wisata terdapat di Yogyakarta seperti, wisata alam, wisata sejarah, wisata budaya, wisata pendidikan, wisata olah raga, wisata minat khusus, wisata desa dan wisata lainnya. Provinsi DIY terletak di bagian selatan Pulau Jawa, berbatasan dengan Provinsi Jawa Tengah di sebelah utara. Secara geografis Yogyakarta terletak di pulau Jawa bagian Tengah. Yogyakarta adalah kota yang terkenal akan sejarah dan warisan budayanya. Yogyakarta merupakan pusat kerajaan Mataram (1575-1640), dan sampai sekarang ada Keraton (Istana) yang masih berfungsi dalam arti yang sesungguhnya. Yogyakarta sendiri dibagi menjadi 4 kabupaten dan 1 kota madya yaitu Sleman, Bantul, Gunung Kidul, Kulon Progo dan Kota Yogyakarta. Salah satu kabupaten di Yogyakarta yang memiliki berbagai potensi dan daya tarik wisata unggulan adalah Kabupaten Bantul (Nugraha dkk., 2017).

Bantul memiliki beragam potensi pariwisata, mulai dari wisata alam, wisata budaya, wisata edukasi, hingga wisata kuliner. Unggul dengan berbagai potensi pariwisata, menjadikan konsep pariwisata berkelanjutan layak dikembangkan di kabupaten ini. Pembangunan pariwisata berkelanjutan adalah pembangunan pariwisata yang didukung secara ekologis sekaligus layak secara ekonomi, serta adil secara etika dan sosial masyarakat. Pembangunan berkelanjutan dapat diartikan sebagai upaya terpadu dan terorganisasi untuk mengembangkan kualitas hidup dengan cara mengatur penyediaan, pengembangan, pemanfaatan, dan pemeliharaan (Susilo, 2018).

Beberapa obyek wisata seperti pantai Parangtritis dan pantai – pantai yang sejajar sudah menjadi ikon pariwisata di daerah Bantul. Namun, yang belum banyak diketahui bahwasanya Bantul memiliki potensi wisata budaya dan juga kuliner, yaitu Kampung Inkung, di Pajangan, Bantul, yang hingga kini masih melestarikan Ayam Inkung.



Ayam Inggung dalam budaya Jawa merupakan salah satu *ubo rampe* atau pelengkap dari sajian yang dihidangkan dalam upacara adat maupun pergelaran budaya. Tentunya ada makna dan filosofi tersendiri yang terkandung di dalam penggunaan Ayam Inggung sebagai *ubo rampe*. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai pelestarian Ayam Inggung di kampung tersebut.

KAJIAN LITERATUR

Agar lebih terfokus, maka penulis membatasi masalah dalam penelitian ini tentang pelestarian Ayam Inggung sebagai ikon budaya wisata kuliner di Kampung Inggung, Bantul, Yogyakarta.

Pariwisata

Pariwisata merupakan kepergian orang-orang sementara waktu yang pendek ketempat-tempat tujuan diluar tempat tinggal dan pekerjaan sehari-harinya. Kegiatan-kegiatan mereka selama berada di tempat-tempat tujuan tersebut mencakup kepergian untuk berbagai maksud, termasuk kunjungan seharian atau darmawisata (Nyoman, 2006).

Menurut Undang-Undang No 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan mendefinisikan bahwa pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah pusat dan pemerintah daerah.

Wisatawan

Wisatawan adalah seseorang atau sekelompok orang yang melakukan perjalanan dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. *Excursionist* atau pelancong adalah orang yang lama perjalanannya kurang dari 24 jam atau tidak menginap di penginapan komersial (Sunaryo, 2013). Wisatawan menjadi indikator keberhasilan suatu kegiatan pariwisata. Semakin banyak wisatawan yang mengunjungi suatu lokasi menunjukkan bahwa pengelolaan lokasi wisata tersebut berhasil. Jumlah wisatawan di Indonesia cenderung meningkat dari tahun ke tahun baik dari sisi capaian maupun target (Ahmad & Sigarete, 2018).

Wisata kuliner

Definisi Wisata Kuliner memiliki pengertian sebagai berikut :

1. Daya tarik utama wisata kuliner adalah produk makanan.
Wisata kuliner menyediakan berbagai fasilitas pelayanan dan aktivitas kuliner yang terpadu untuk memenuhi kebutuhan wisatawan yang dibangun untuk rekreasi, relaksasi, pendidikan dan kesehatan (Suryadana, 2009).
2. Kunjungan ke suatu tempat yang merupakan produsen dari suatu makanan, festival makanan, restoran, dan lokasi-lokasi khusus untuk mencoba rasa dari makanan dan atau juga untuk memperoleh pengalaman yang didapat dari makanan khas suatu daerah yang merupakan motivasi utama seseorang untuk melakukan perjalanan wisata (Wijayanti, 2020).
3. Agusetyaningrum, dkk (2016) menjelaskan bahwa wisata kuliner didefinisikan sebagai kunjungan ke suatu tempat yang terdapat suatu makanan, festival makanan, restoran dan lokasi-lokasi khusus untuk mencoba rasa makanan serta



memperoleh pengalaman yang didapat dari makanan khas suatu daerah tersebut guna untuk memotivasi seseorang dalam melakukan perjalanan wisata.

Ayam Inkung

Ayam Inkung adalah salah satu hidangan yang pasti ada di setiap perayaan atau acara tradisi masyarakat Jawa (Atmojo & Nugraheni, 2016). Pada umumnya yang digunakan untuk masakan Ayam Inkung adalah ayam jago atau ayam jantan (Hakim, 2021). Inkung adalah ayam utuh yang dimasak dengan keadaan kaki dan kepala yang diikat sehingga berbentuk seperti orang yang sedang bersujud, yang memiliki makna agar manusia senantiasa bersujud dan berzikir sesuai dengan ajaran dari Rasulullah (Pambudi, 2014). Ayam Inkung merupakan suatu makanan simbolik, yaitu menyimbolkan laki-laki yang memiliki tiga sifat buruk, sehingga ayam inkung diikat tiga agar sifat buruknya tidak muncul (Sulistyaningsih & Lastariwati, 2017). Karenanya bagi masyarakat Jawa ayam Inkung merupakan makanan dan sesaji yang sangat istimewa pada setiap perayaan (Widya, 2020).

Budaya

Budaya merupakan bagian yang tak terpisahkan dari Indonesia. Budaya adalah suatu cara hidup yang berkembang dan dimiliki bersama oleh sekelompok orang dan diwariskan dari generasi ke generasi. Kebudayaan merupakan seperangkat gagasan, cara hidup, dan berbagai kebiasaan (Alam, 2014).

Pelestarian

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pelestarian berarti pengelolaan sumber daya alam yang menjamin pemanfaatannya secara bijaksana dan menjamin kesinambungan persediaan dengan tetap memelihara dan meningkatkan kualitas nilai dan keanekaragaman.

Bantul

Merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dengan Ibu Kotanya Bantul. Bantul terletak di sisi Selatan Yogyakarta, berbatasan dengan:

1. Sebelah Utara : Kota Yogyakarta dan Kabupaten Sleman
2. Sebelah Selatan : Samudera Indonesia
3. Sebelah Timur : Kabupaten Gunungkidul
4. Sebelah Barat : Kabupaten Kulon Progo

Bantul terletak antara 07° 44' 04" - 08° 00' 27" Lintang Selatan dan 110° 12' 34" - 110° 31' 08" Bujur Timur, dengan luas wilayah 506,85 Km² dengan topografi sebagai dataran rendah 140% dan lebih dari separonya (60%) daerah perbukitan yang kurang subur (Kuncoro, 2020).

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif eksploratif. Dimana data primer didapatkan melalui proses wawancara dengan para narasumber. Wawancara bertujuan untuk mengurai dan mencari makna dari situasi yang sedang terjadi, sikap dan pandangan di dalam masyarakat, pertentangan antar dua atau lebih hubungan antar variable, cara pandang yang berbeda dan bagaimana pengaruhnya terhadap suatu kondisi didalam masyarakat (Indrawati dkk., 2018). Penelitian ini



menggunakan pendekatan deskriptif eksploratif, untuk mengeksplorasi dan memotret situasi sosial yang akan diteliti secara menyeluruh, luas dan mendalam (Fauziah, 2016).

Metode penelitian kualitatif sering disebut metode penelitian naturalistic karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (*Natural Setting*), disebut juga sebagai metode ethnographi, karena pada awalnya metode ini lebih banyak digunakan untuk penelitian bidang antropologi budaya. Disebut sebagai metode kualitatif, karena data yang terkumpul dan analisisnya lebih bersifat kualitatif (Sugiarto, 2017).

Metode Penelitian Deskriptif secara definisi adalah penelitian yang bertujuan untuk menyelidiki keadaan, kondisi atau hal lain-lain yang sudah disebutkan, yang hasilnya dipaparkan dalam bentuk laporan penelitian (Arikunto, 2010).

Naufaldy (2018) **menyatakan** penelitian eksplorasi merupakan sebuah penelitian awal yang bertujuan untuk bisa memperoleh gambaran mengenai suatu topik penelitian yang mana akan diteliti lebih jauh.

Lokasi penelitian di Kampung Ingkung, Pajangan Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta, pada bulan April 2019. Adapun penelitian ini dilakukan dengan cara observasi dan wawancara serta analisis data secara mendalam kepada para narasumber. Peneliti dalam penelitian ini melibatkan 100 responden melalui pengisian kuesioner/angket dan proses wawancara.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah:

1. Observasi (Pengamatan), adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data yaitu fakta dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi (Nazir, 1988).
2. *Interview* (Wawancara), adalah merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu (Utama & Mahadewi, 2018).
3. Kuesioner (Angket), adalah suatu daftar yang berisikan rangkaian pertanyaan mengenai sesuatu masalah atau bidang yang akan diteliti (Irwansyah, 2019).
4. Dokumentasi, merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya – karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (*life histories*), cerita, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar, misalkan foto, gambar hidup, sketsa dan lain – lain (Mulyo dkk., 2019).

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis SWOT. Analisis yang umum digunakan untuk merumuskan strategi atas identifikasi berbagai faktor secara strategis berdasarkan intuisi (pemahaman dan pengetahuan) *expert* terhadap suatu obyek. Analisis ini didasarkan pada logika dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat memaksimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*). Analisis SWOT mempertimbangkan faktor lingkungan internal berupa kekuatan dan kelemahan serta lingkungan eksternal berupa peluang dan ancaman yang dihadapi oleh perusahaan atau dianggap perusahaan (Yulianto & Wijayanti, 2020).

HASIL DAN PEMBAHASAN

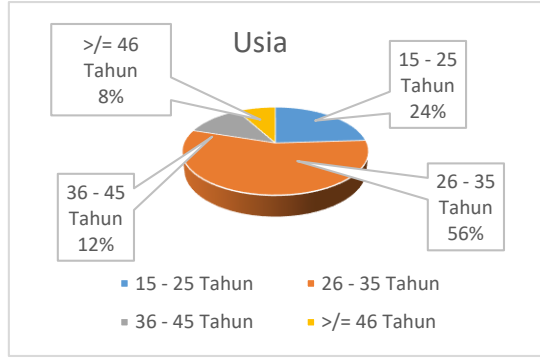
Deskripsi responden adalah gambaran umum mengenai karakteristik populasi sumber informasi yang diteliti. Hal ini digunakan untuk melihat variasi yang ada pada



populasi sehingga variasi tersebut akan berpengaruh pada hasil penelitian. Deskripsi responden ini diambil melalui pengisian kuesioner/angket dan proses wawancara selama penelitian terhadap 100 responden dan beberapa narasumber yang berkompeten di bidangnya termasuk Pegawai Dinas Pariwisata, Pihak Pelestari, Masyarakat sekitar dan Pengunjung.

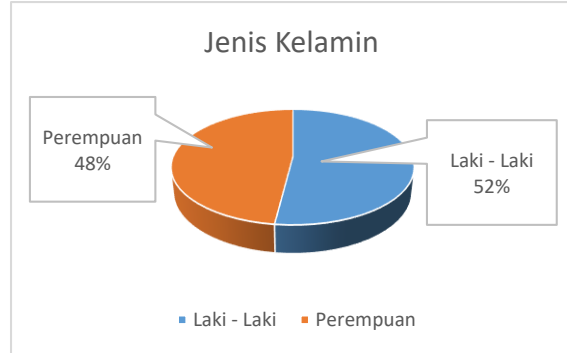
Responden dikelompokkan berdasarkan usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, dan daerah asal sebagaimana tabel berikut:

1. Usia



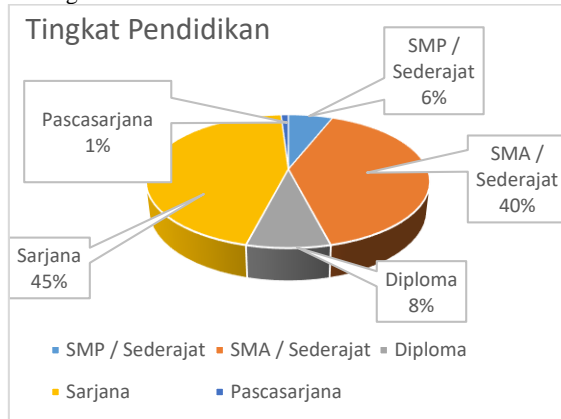
Gambar 1. Responden Berdasarkan Usia

2. Jenis Kelamin



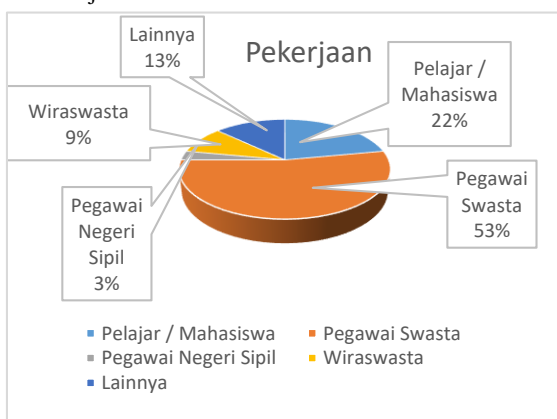
Gambar 2. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

3. Tingkat Pendidikan



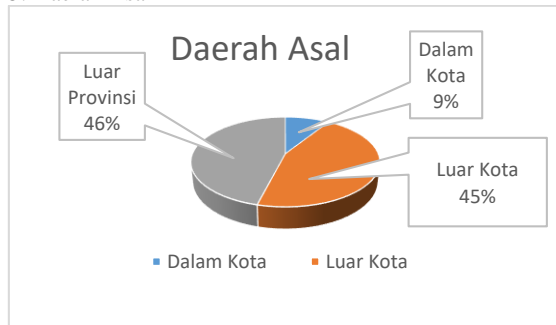
Gambar 3. Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

4. Pekerjaan



Gambar 4. Responden Berdasarkan Pekerjaan

5. Daerah Asal



Gambar 5. Responden Berdasarkan Daerah Asal



Narasumber berjumlah lima orang yang terdiri dari Dinas Pariwisata Kabupaten Bantul dan pihak pelestari di Kampung Inkgung, Pajangan, Bantul.

Berikut adalah tabel yang berisi profil Narasumber:

Tabel 1. Profil Narasumber

No	Nama	Pekerjaan
1	Bapak Sareh	Kepala Dukuh, salah satu Pemilik Inkgung Kual
2	Ibu Lina Yuliasri, SIP	KaSie Sumber Daya Manusia, Dinas Pariwisata Kabupaten Bantul
3	Ibu C. Issri Putranti Hendrayanti, A.Md	KaSie Analisis Pasar, Promosi, dan Kerjasama, Dinas Pariwisata Kabupaten Bantul
4	Bapak Yudi	Pemilik Inkgung AyamWarung Ndeso Karangber,Pajangan
5	Bapak Sukar	Pemilik Inkgung Kual Kalakijo, Pajangan

Sumber: Penulis 2019

Proses Memasak Ayam Inkgung

Memasak ayam inkgung dimulai dari proses penyembelihan ayam, lalu dibersihkan, jeroan ayam diikat dan dimasukkan ke bagian dalam ayam. Kemudian menghaluskan bumbu-bumbu: bawang merah, bawang putih, kemiri, daun salam, lengkuas, sereh, ketumbar, jahe, garam, dan gula jawa lalu melumurkan bumbu ke bagian dalam dan luar ayam secara merata. Siapkan tali untuk mengikat ayam dari iratan bambu sehingga berwujud seperti orang sujud atau manengkung. Ayam diikat supaya bentuknya manekung. Kemudian masak santan kelapa di kual tambahkan sebagian bumbu yang telah dihaluskan, masak hingga mendidih. Masukkan ayam dan masak ayam dengan menggunakan kayu bakar selama kurang lebih 2 jam sampai 2½ jam agar ayam matang dan bumbunya meresap sempurna dengan aroma yang khas.

Pelestarian Ayam Inkgung

Ayam inkgung diyakini keberadaannya bersamaan dengan adanya tradisi tumpeng yaitu antara 5-15 abad yang lalu, di masa kerajaan Jawa. Kini Ayam Inkgung sebagai ikon kuliner budaya Jawa sudah dijual secara komersil sehingga memudahkan wisatawan menikmatinya. Kurangnya informasi tentang Ayam Inkgung sebagai ikon budaya kuliner menjadi kendala, karena wisatawan tidak paham makna filosofi Ayam Inkgung. Modifikasi pembuatan Ayam Inkgung menggunakan presto juga menjadi kendala lain. Ayam Inkgung yang dimasak menggunakan presto lebih cepat empuk, hanya membutuhkan waktu 30 menit. Hal ini bertolak belakang dengan proses memasak Ayam Inkgung menggunakan kayu.

Masyarakat menjual Ayam Inkgung sebagai upaya melestarikan Inkgung di daerahnya. Kemampuan sumber daya manusia dalam mengolah dan menyajikan Ayam Inkgung mendapat pelatihan dari Dinas Pariwisata Kabupaten Bantul.

Masyarakat memasarkan Ayam Inkgung sudah menggunakan media sosial, seperti: *facebook*, *youtube*, dan *instagram*, *website*, sejalan dengan upaya pemasaran dari Dinas Pariwisata Kabupaten Bantul melalui brosur dan kalender wisata Kabupaten Bantul.

Ayam Inkgung Ikon Budaya Kuliner

Dari hasil observasi, wawancara, dan analisis data terlihat bahwa masyarakat di Kampung Inkgung, Pajangan, Bantul memiliki kesadaran bahwa keberadaan Ayam Inkgung sebagai Ikon Budaya Kuliner di daerahnya perlu dilestarikan karena potensi



budaya yang melekat pada Ayam Inkung tersebut. Penguatan citra dan pemasaran Ayam Inkung, merupakan salah satu cara untuk melestarikan dan mempertahankan eksistensi Ayam Inkung sebagai warisan budaya.

Ditemukan kurangnya narasi dan atraksi budaya tentang Ayam Inkung. Narasi dan atraksi budaya tersebut penting untuk memberi informasi dan wawasan bagi pengunjung tentang makna filosofi Ayam Inkung dalam budaya Jawa.

Matriks SWOT

Tabel 4. Matriks SWOT

Kekuatan Internal Kekuatan Eksternal	Strengths	Weakness
	Strategi S - O	Strategi W - O
Opportunities	<ol style="list-style-type: none"> Memperkuat citra Ayam Inkung sebagai Ikon Budaya di Kampung Inkung, Pajangan, Bantul melalui <i>branding</i>. Menjalin kerjasama pemasaran dengan pihak – pihak yang terkait, seperti; <i>Travel Agent</i>, industri perhotelan. Merancang paket – paket wisata guna memperkenalkan Ayam inkung sebagai warisan budaya, misal; paket memasak Ayam Inkung dengan cara tradisional hingga penyajiannya, didampingi oleh SDM yang profesional. SK penetapan Kampung Inkung sebagai Desa Wisata Kuliner Inkung dan Budaya sebagai bukti Ayam Inkung merupakan makanan khas di daerah tersebut. Ayam Inkung merupakan satu – satunya ikon budaya di Kampung Inkung, Pajangan, Bantul. Strategi pemasaran yang dilakukan pihak pelestari Ayam Inkung melalui media sosial dan dibantu oleh Dinas Pariwisata Kab. Bantul. 	<ol style="list-style-type: none"> Kurangnya informasi kepada pengunjung tentang filosofi budaya yang terkandung di dalam Ayam Inkung sebagai potensi daya tarik wisata kuliner. Menonjolkan nilai budaya dalam mengemas kuliner Ayam Inkung di Kampung Inkung dengan lebih intensif seperti yang digunakan pada kegiatan upacara adat. Menambah narasi tentang sejarah budaya Ayam Inkung untuk memberikan informasi / wawasan bagi pengunjung, (<i>standing banner</i>) dan media informasi lainnya.
Kekuatan Internal Kekuatan Eksternal	Strengths	Weakness
	Strategi S - T	Strategi W - T
Threats	<ol style="list-style-type: none"> Menggelar <i>event</i> budaya berskala 	<ol style="list-style-type: none"> Modifikasi varian menu, rasa,



	<p>nasional dan internasional dengan bantuan dari Dinas Pariwisata untuk mempromosikan dan mengangkat Ayam Inggung sebagai budaya Jawa yang perlu dilestarikan.</p> <p>2. Memanfaatkan dukungan pemerintah melalui APBD untuk meningkatkan pembangunan infrastruktur, dan meningkatkan kualitas SDM, misal dengan mengadakan pelatihan bahasa asing.</p> <p>3. Jangkauan pemasaran Ayam Inggung di Kampung Inggung, Pajangan, Bantul belum luas.</p>	<p>serta penyajian Ayam Inggung yang tidak mengikuti kaidah dapat merusak tradisi budaya kulinernya.</p> <p>2. Mempertahankan proses memasak Ayam Inggung secara tradisional, agar budayanya tidak hilang.</p> <p>3. Menonjolkan ciri khas Ayam Inggung original agar tidak kalah dengan variasi menu yang sudah dimodifikasi.</p>
--	--	--

Sumber: Penulis 2019

KESIMPULAN

Masyarakat Jawa memiliki pandangan segala sesuatu banyak yang tidak terucap tetapi tersirat lewat berbagai macam simbol, begitu juga makanan yang dipakai dalam upacara adat, salah satunya adalah Ayam Inggung. Disebut Ayam Inggung karena bentuknya yang manekung, bentuk kepala menoleh kebelakang adalah simbol manusia untuk selalu ingat atas apa yang sudah lalunya agar senantiasa bersyukur terhadap sesuatu miliknya.

Ayam Inggung merupakan daya tarik pariwisata di Kampung Inggung, Pajangan, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Sifat awalnya yang sakral dan hanya bisa dimakan pada acara tertentu, membuat wisatawan/pengunjung penasaran mencobanya. Ayam Inggung kini dijual secara komersil untuk memberi kemudahan bagi wisatawan/pengunjung menikmatinya.

Perlu dukungan sebagai upaya untuk melestarikan eksistensi Ayam Inggung sebagai warisan budaya agar penguatan citra Ayam Inggung dari sisi filosofi sebagai *ubo rampe* pada upacara adat menjadi daya tarik yang dapat terus dipertahankan.

REFERENSI

- Agusetyaningrum, V., Mawardi, M. K., & Pangestuti, E. (2016). Strategi pengembangan usaha kecil dan menengah (UKM) untuk meningkatkan citra Kota Malang sebagai destinasi wisata kuliner (Studi pada UKM berbasis kuliner Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 38(2), 105–111.
- Ahmad, H., & Sigarete, B. G. (2018). PREFERENSI MAHASISWA DALAM BERWISATA: STUDI KASUS MAHASISWA SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMBARRUKMO (STIPRAM), YOGYAKARTA. *Kepariwisata: Jurnal Ilmiah*, 12(01), 55–64. <https://doi.org/10.47256/kepariwisataan.v12i01.95>
- Alam, B. (2014). Globalisasi dan perubahan budaya: Perspektif teori kebudayaan. *Antropologi Indonesia*.



- Arikunto, S. (2010). Metode penelitian. *Jakarta: Rineka Cipta.*
- Atmojo, S. P., & Nugraheni, M. (2016). Penerapan Strategi Pemasaran Ayam Inkung Di Kawasan Usaha Pajangan Bantul. *E-Journal Student PEND. TEKNIK BOGA-S1*, 5(7).
- Fauziah, F. (2016). STUDI EKSPLORATIF WISATAWAN REMAJA DI TAMAN HUTAN RAYA IR. H. DJUANDA KOTA BANDUNG. *Jurnal Manajemen Resort dan Leisure*, 14(1), 15–26.
- Hakim, A. L. (2021). KEARIFAN LOKAL DAN PELESTARIAN EKOLOGI: DIMENSI FILOSOFIS-RELIGIUS TRADISI MERTI CODE YOGYAKARTA. *Jurnal Borneo Humaniora*, 4(1), 01–10.
- Indrawati, I., Nurhasan, N., & Muthali'in, A. (2018). Motivasi wisata ziarah dan potensi pengembangannya menjadi wisata halal di Desa Majasto Kabupaten Sukoharjo. *Jurnal Arsitektur ARCADE*, 2(2), 88–94.
- Irwansyah, D. (2019). *Keindahan dari Pesisir Selatan Pantai Carocok Painan Sumatra Barat.*
- Kuncoro, M. (2020). *PENCARIAN WISATA DI KABUPATEN BANTUL BERBASIS WEB* [PhD Thesis]. STMIK AKAKOM Yogyakarta.
- Mulyo, S., Ilyas, M., & Ridhani, A. (2019). Pembelajaran Keterampilan Berbicara Dengan Metode Field Trip Pada Peserta Didik Kelas IX SMP Samarinda. *Diglosia: Jurnal Kajian Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*, 2(2), 115–126.
- Naufaldy, H. (2018). *Pengaruh elemen keberhasilan program terhadap minat audien menonton Hitam Putih Trans 7.*
- Nazir, M. (1988). Metode Penelitian. *Jakarta: Ghalia Indonesia.*
- Nugraha, B. S., Mayandini, H., Putra, F. A., Madani, H., & Maulana, N. (2017). PENDAMPINGAN PENGEMBANGAN POTENSI KAMPUNG WISATA LANGENASTRAN MENUJU SUSTAINABLE TOURISM DEVELOPMENT. *Kepariwisata: Jurnal Ilmiah*, 11(03), 13–24. <https://doi.org/10.47256/kepariwisataan.v11i03.98>
- Pambudi, O. S. (2014). *Upaya Pelestarian Tradisi Baritan dalam Upacara Adat Sedekah Bumi di Desa Kedungwringin Kecamatan Sempor Kabupaten Kebumen* [PhD Thesis]. Pend. Bhs Jawa.
- Sugiarto, E. (2017). *Menyusun proposal penelitian kualitatif: Skripsi dan tesis: Suaka media.* Diandra Kreatif.
- Sulistiyarningsih, C., & Lastariwati, B. (2017). Makna Simbolik Makanan Pada Upacara Tradisional Pager Bumi Rebo Wekasan Di Dusun Pulesari, Sleman. *E-Journal Student PEND. TEKNIK BOGA-S1*, 6(3).
- Suryadana, M. L. (2009). PERKEMBANGAN INDUSTRI MAKANAN (KULI NER). *Europe*, 335(390), 527.
- Susilo, S. (2018). KONSEP PARTISIPASI MASYARAKAT DIENG DALAM PELAKSANAAN PROGRAM PENGEMBANGAN PARIWISATA. *Kepariwisata: Jurnal Ilmiah*, 12(03), 45–58. <https://doi.org/10.47256/kepariwisataan.v12i03.78>
- Utama, I. G. B. R., & Mahadewi, N. M. E. (2018). *Metodologi penelitian pariwisata dan perhotelan.*
- Widya, H. (2020). *NAMA-NAMA DALAM SESAJEN TRADISI OBONG MASYARAKAT KALANG DESA LUMANSARI, KABUPATEN KENDAL* [PhD Thesis]. Universitas Diponegoro.



- Wijayanti, A. (2020). *Wisata Kuliner Sebagai Strategi Penguatan Pariwisata Di Kota Yogyakarta, Indonesia*.
- Yulianto, A., & Wijayanti, A. (2020). Strategi Pemeliharaan Dan Pengembangan Fasilitas Wisata Bagi Kenyamanan Pengunjung Pule Payung Yogyakarta. *Jurnal Pariwisata*, 7(2), 144–154.

