

**STRATEGI PEMERINTAH JEPANG DALAM MENGEMBANGKAN
HALAL TOURISM INDUSTRY UNTUK MENARIK WISATAWAN INDONESIA**



SKRIPSI

*Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana pada
Departemen Ilmu Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Hasanuddin*

OLEH:

NURFALAH ANBAR RAMADHANI

E061181312

**DEPARTEMEN ILMU HUBUNGAN INTERNASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR**

2022

HALAMAN JUDUL
STRATEGI PEMERINTAH JEPANG DALAM MENGEMBANGKAN
***HALAL TOURISM INDUSTRY* UNTUK MENARIK WISATAWAN**
INDONESIA

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana pada
Departemen Ilmu Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Hasanuddin

OLEH:

NURFALAH ANBAR RAMADHANI

E061181312

DEPARTEMEN ILMU HUBUNGAN INTERNASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR

2022

HALAMAN PENGESAHAN

JUDUL : STRATEGI PEMERINTAH JEPANG DALAM MENGEMBANGKAN *HALAL TOURISM INDUSTRY* UNTUK MENARIK WISATAWAN INDONESIA

N A M A : NURFALAH ANBAR RAMADHANI

N I M : E061181312

DEPARTEMEN : ILMU HUBUNGAN INTERNASIONAL


FAKULTAS : ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

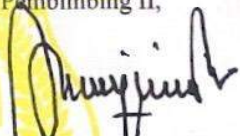
Makassar, 23 Mei 2022

Mengetahui :

Pembimbing I,

Pembimbing II,


Ishaq Rahman, S.IP, M.Si
NIP. 197210282005011002


Drs. Munjid Syafik Asy'ari, M.Si
NIP. 196304241991031002

Mengesahkan :

Ketua Departemen Ilmu Hubungan Internasional,


H. Darwis, MA., Ph.D.
NIP. 196201021990021003

HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI

JUDUL : STRATEGI PEMERINTAH JEPANG DALAM MENGEMBANGKAN *HALAL TOURISM INDUSTRY* UNTUK MENARIK WISATAWAN INDONESIA

NAMA : NURFALAH ANBAR RAMADHANI

NIM : E061181312

DEPARTEMEN : ILMU HUBUNGAN INTERNASIONAL

FAKULTAS : ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Telah diterima oleh Tim Evaluasi Sarjana Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin Makassar untuk memenuhi syarat-syarat guna memperoleh gelar sarjana pada Departemen Ilmu Hubungan Internasional pada hari Kamis, 28 April 2022.

Ketua : Drs. Munjin Syafik Asy'ari, M.Si

Sekretaris : Bama Andika Putra, S.IP, MIR

Anggota : 1. Muh. Nasir Badu, S.Sos, M.Hum, Ph.D.

2. Ishaq Rahman, S.IP, M.Si

3. Aswin Baharuddin, S.IP, MA

TIM EVALUASI

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nurfalah Anbar Ramadhani
Nomor Induk : E061181312
Program Studi : Ilmu Hubungan Internasional
Jenjang : S1

Menyatakan bahwa karya ilmiah saya yang berjudul:

“Strategi Pemerintah Jepang dalam Mengembangkan *Halal Tourism Industry* untuk Menarik Wisatawan Indonesia”

Adalah benar merupakan karya ilmiah saya sendiri dan tidak diambil alih dari karya tulisan orang lain.

Demikianlah pernyataan ini dibuat, jika dikemudian hari ditemukan bukti bahwa sebagian atau keseluruhan skripsi ini merupakan hasil karya orang lain, kecuali kutipan yang telah saya cantumkan sumbernya, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar, 28 April 2022



Nurfalah Anbar Ramadhani

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Rabbil 'Alamin, puji dan syukur kita panjatkan atas kehadiran Allah SWT, Tuhan Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang yang telah melimpahkan nikmat dan rahmatnya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Serta kita haturkan sholawat dan salam kepada baginda Nabi Muhammad SAW, nabi yang telah menuntun umat manusia menuju zaman yang lebih baik dari sebelumnya.

Besar harapan penulis bahwa skripsi ini dapat memberi manfaat bagi para pembaca. Walau begitu, sebagai manusia biasa penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini penulis tidak luput dari kesalahan. Berbagai hambatan dan kendala yang dialami oleh penulis dalam mengerjakan skripsi ini menjadi pembelajaran pribadi bagi penulis. Skripsi ini dapat terselesaikan berkat adanya do'a, bimbingan, bantuan, dukungan, dan kerjasama dari berbagai pihak. Maka dari itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Hasanuddin, **Prof. Dr. Dwia Aries Tina Pulubuhu, MA.**, beserta para jajarannya.
2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin, beserta jajarannya.
3. Ketua Departemen Ilmu Hubungan Internasional Universitas Hasanuddin, Pak **H. Darwis, MA., Ph.D.**
4. Kedua dosen pembimbing skripsi, Pak **Ishaq Rahman, S.IP., M.Si**, dan Pak **Drs. Munjin Syafik Asy'ari, M.Si**, terima kasih banyak atas waktu yang diluangkan selama ini dalam membimbing dan mendukung penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh dosen Departemen Ilmu Hubungan Internasional Universitas Hasanuddin, **Pak Patrice, Ibu Seniwati, Pak Nasir, Pak Aspi, Pak Adi, Pak Burhanuddin, Pak Husain, Pak Agussalim, Pak Imran, Ibu Puspa, Kak Jannah, Kak Aswin, Kak Bama, Kak Aca, dan Kak**

Gego, terimakasih atas ilmu yang telah diberikan kepada penulis selama ini.

6. **Kak Rahma** dan **Pak Dayat** terima kasih telah membantu penulis dalam urusan administrasi perkuliahan.
7. Kedua orang tua penulis tercinta, **Ayahanda Sismawardi** dan **Ibunda Herlina**, beribu ucapan terima kasih penulis sampaikan karena tak hentinya memberikan do'a dan dukungan sehingga penulis berhasil mencapai titik ini.
8. Adik saya **Rafi**, terima kasih karena terkadang menghibur penulis saat sedang *stuck* dalam mengerjakan skripsi ini.
9. **Keluarga besar** yang tak bisa penulis sebutkan satu per satu, terima kasih telah memberikan penulis *support* dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
10. Wanita-wanita Stewar, **Nada**, **Clara**, **Sintya**, dan **Mayzani**, terima kasih telah menjadi sobat-sobat yang mendengar keluh kesah dan ocehan penulis sejak SMA sampai sekarang yang selalu mendukung penulis dalam segala hal. Walau kita mulai sibuk dengan dunia masing-masing tapi semoga kita bisa langgeng sampai tua aamiin.
11. Mba Hakuna Matata, **Pute**, **Kiky**, **Farah**, dan **Afni**, terima kasih telah menjadi teman-teman penulis *through thick and thin* di masa perkuliahan ini, terima kasih karena telah berjuang bersama dan saling mendukung untuk melewati lika-liku dunia perkuliahan, tanpa kalian mungkin penulis sudah KO dan hilang arah sejak maba sampai sekarang.
12. Kawan-kawan MTMA, **Lau**, **Raisha**, **Isty**, **Yudi**, **Rahmat**, **Fadhil**, **Aan**, **Dinzo**, **Mario**, **Ayyub**, **Daffa**, **Yusril**, **Cece**, dan **Sukma**. terima kasih telah mewarnai dunia perkuliahan penulis dengan canda dan tawa, dengan *random talk* maupun *deep talk*, dengan kumpul-kumpul kosong di *basecamp* perdos/NTI hingga tiba-tiba pergi berpetualang menjelajahi dunia. Kehadiran kalian membuat kehidupan perkuliahan penulis sangat *memorable*.

13. Teman-teman **Reforma 18** yang tidak bisa penulis ucapkan satu per satu, walau perkuliahan tatap muka tidak sampai 4 semester dan dilanjutkan dengan perkuliahan *online* sampai kita sarjana, tetapi terima kasih atas segala kenangan selama masa perkuliahan ini. Semoga dikemudian hari kita bisa berkumpul bersama dengan keadaan yang lebih baik.
14. Rekan-rekan narasumber, **Widy** dan **Zhadela** terima kasih telah meluangkan waktunya untuk diwawancarai oleh penulis, kontribusi kalian sangat membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Kepada pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan secara satu per satu, terima kasih atas segala bentuk do'a, bantuan, dan dukungan yang telah diberikan kepada penulis. Semoga Allah SWT akan membalas segala kebaikan kalian, aamiin yaa rabbal 'alamin.

Makassar, April 2022

Nurfalah Anbar Ramadhani

ABSTRAK

Nurfalah Anbar Ramadhani (E061181312), “Strategi Pemerintah Jepang dalam Mengembangkan *Halal Tourism Industry* untuk Menarik Wisatawan Indonesia”, di bawah bimbingan **Ishaq Rahman S.IP., M.Si** selaku dosen pembimbing I, dan **Drs. Munjin Syafik Asy’ari, M.Si** selaku dosen Pembimbing II pada departemen ilmu hubungan internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemerintah Jepang dalam mengembangkan *halal tourism industry* untuk menarik wisatawan Indonesia dan menjelaskan dampak pengembangan *halal tourism industry* di Jepang terhadap kunjungan wisatawan Indonesia ke Jepang. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Adapun teknik pengumpulan data yaitu melalui wawancara dengan dua Warga Negara Indonesia yang pernah melakukan perjalanan wisata ke Jepang, serta melalui studi literatur yang bersumber dari buku, jurnal atau karya-karya ilmiah, laporan, dokumen, dan artikel yang terkait dengan penelitian ini.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemerintah Jepang melakukan berbagai macam strategi dalam mengembangkan *halal tourism industry* untuk menarik wisatawan Indonesia. Strategi tersebut seperti meningkatkan jumlah restoran halal & restoran ramah Muslim, menyediakan fasilitas ibadah masjid dan musala, menyediakan akomodasi ramah Muslim, dan mengembangkan situs web panduan perjalanan wisatawan Muslim. Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan oleh pemerintah Jepang untuk mengembangkan *halal tourism industry* dinilai efektif karena terjadi tren peningkatan kunjungan wisatawan Indonesia ke Jepang sebesar 15,05% dari tahun 2016 hingga 2019.

Kata Kunci: Jepang, *Halal Tourism Industry*, Wisatawan Indonesia, Kepentingan Nasional.

ABSTRACT

Nurfalah Anbar Ramadhani (E061181312), “Strategi Pemerintah Jepang dalam Mengembangkan *Halal Tourism Industry* untuk Menarik Wisatawan Indonesia”, under the guidance of Ishaq Rahman S.IP., M.Si as the 1st advisor, and Drs. Munjin Syafik Asy’ari, M.Si as the 2nd advisor at The Department of International Relations, Faculty of Social and Political Science, Hasanuddin University.

This research aims to analyze the Japanese government’s strategy in developing the halal tourism industry to attract Indonesian tourists and explain the impact of developing the Japanese halal tourism industry on the number of Indonesian tourists visiting Japan. This research uses a descriptive method. The data is collected through interviews with two Indonesian citizens who have traveled to Japan, in addition to literature studies sourced from books, journals or scientific works, reports, documents, and articles related to this research.

The results of this study indicate that the Japanese government took various strategies in developing the halal tourism industry to attract Indonesian tourists. These strategies include increasing the number of halal restaurants & Muslim-friendly restaurants, providing worship facilities such as mosque and prayer room, providing Muslim-friendly accommodation, and developing travel guide websites for Muslim tourists. This research shows that the strategies taken by the Japanese government to develop the halal tourism industry is considered effective because there has been a significant increase in Indonesian tourists visiting to Japan by 15,05% from 2016 to 2019.

Keywords: *Japan, Halal Tourism Industry, Indonesian Tourists, National Interest.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI	iv
PERNYATAAN KEASLIAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR BAGAN.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR GRAFIK	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Batasan dan Rumusan Masalah	8
C. Tujuan dan Manfaat Penulisan	8
D. Kerangka Konseptual	9
E. Metode Penelitian	14
1. Tipe Penelitian.....	14
2. Jenis Data	15
3. Teknik Pengumpulan Data	15
4. Teknik Analisis Data	16
5. Metode Penulisan Data.....	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Konsep Kepentingan Nasional	17
B. Konsep <i>Halal Tourism</i>	29
C. <i>Literature Review</i>	38
BAB III GAMBARAN UMUM	
A. Industri Pariwisata Jepang.....	43

B. Perkembangan <i>Halal Tourism Industry</i> di Jepang.....	51
C. Hubungan Bilateral Jepang – Indonesia di Sektor Pariwisata dan Industri Halal.....	65
 BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
A. Strategi Pemerintah Jepang Mengembangkan <i>Halal Tourism Industry</i> untuk Menarik Wisatawan Indonesia	73
1. Meningkatkan Jumlah Restoran Halal & Restoran Ramah Muslim	74
a. Tokyo	78
b. Prefektur Chiba.....	80
c. Kota Takayama	83
d. Prefektur Okayama.....	86
e. Kyoto.....	89
2. Menyediakan Fasilitas Ibadah Masjid dan Musala.....	93
3. Menyediakan Akomodasi Ramah Muslim	97
4. Mengembangkan Situs Web Panduan Perjalanan Wisatawan Muslim ..	98
a. <i>Japan Welcome Guide for Muslim Visitors</i>	99
b. <i>Tokyo Convention & Visitors Bureau</i>	101
c. <i>Chiba Muslim Tourism Guide</i>	102
a. <i>Okayama Health Tourism</i>	103
B. Dampak Pengembangan <i>Halal Tourism Industry</i> di Jepang Terhadap Kunjungan Wisatawan Indonesia ke Jepang	105
 BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	110
B. Saran	111
DAFTAR PUSTAKA	113
LAMPIRAN	126

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 Kerangka Konseptual Penelitian.....	14
---	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Restoran Halal Naritaya di Tokyo Tahun 2019	63
--	----

DAFTAR GRAFIK

Grafik 3.1	Jumlah Kedatangan Wisatawan Asing ke Jepang Tahun 2013 – 2019	50
Grafik 4.1	Jumlah Kunjungan Wisatawan Indonesia ke Jepang Tahun 2008 – 2019	105
Grafik 4.2	Persentase Pertumbuhan Kunjungan Wisatawan Indonesia ke Jepang Tahun 2008 – 2019	105

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>Top 10 Destinations GMTI 2019 Ranking</i>	6
Tabel 3.1 Jumlah Akomodasi Ramah Muslim di Jepang Pada Tahun 2019.....	60
Tabel 4.1 Restoran Halal/Ramah Muslim di 5 Destinasi Wisata di Jepang.....	93
Tabel 4.2 Perbandingan Jumlah Masjid dan Musala di Jepang Pada Tahun 2017 dan 2022	94

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pariwisata merupakan salah satu sektor strategis yang berperan dalam meningkatkan perekonomian negara dan berkontribusi terhadap pertumbuhan lapangan kerja. Sektor ini menjadi bisnis yang sangat menguntungkan di dunia berkat kemampuannya bertumbuh lebih cepat dibandingkan sektor ekonomi lainnya.

Berdasarkan hasil laporan *World Tourism Organization* (WTO) pada tahun 2018 menyatakan bahwa sektor pariwisata merupakan salah satu penggerak kompeten bagi perkembangan suatu negara, yaitu melalui pendapatan devisa, pendapatan ekspor, dan penciptaan lapangan kerja. Pariwisata menyumbang 10,2% dari PDB dunia pada tahun 2016. Pariwisata internasional diperkirakan menghasilkan sekitar \$1,5 triliun ekspor melalui penerimaan yang diperoleh di tujuan destinasi, dan juga dalam layanan transportasi internasional. Selain itu, sektor pariwisata juga mempengaruhi penciptaan 292 juta pekerjaan di seluruh dunia (World Tourism Organization, 2018). Pentingnya sektor pariwisata dalam menumbuhkan perekonomian dapat menjadi katalisator bagi negara untuk mengembangkan destinasi wisatanya dengan baik.

Salah satu negara di Asia Timur yang terkenal dengan daya tarik wisatanya yang unik adalah Jepang. Wisata kuliner, area perbelanjaan, monumen kuno bersejarah, festival budaya, keindahan alam, maupun teknologi canggih yang dimiliki Jepang menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan asing untuk

berkunjung. Jepang juga dikenal dengan sebutan Negeri Sakura dan Negeri Matahari Terbit. Negara ini memiliki 25 objek wisata yang terdaftar dalam Warisan Dunia UNESCO, seperti Himeji-jo, Pulau Ogasawara, Gunung Fuji, Kuil Shinto Itsukushima, hingga *Hiroshima Peace Memorial* (UNESCO, 2013).

Pemerintah Jepang melakukan kampanye promosi wisata *Visit Japan* sejak tahun 2003 sebagai sebuah upaya untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan asing. Pemerintah Jepang menargetkan 14 negara untuk promosi ini, yaitu Korea Selatan, Tiongkok, Taiwan, Hong Kong, Amerika, Inggris, Kanada, Jerman, Perancis, Australia, Singapura Thailand, Malaysia, dan Indonesia (Yamazaki, Waguri, & Yoshioka, 2015). Alhasil, jumlah wisatawan asing yang berkunjung ke Jepang setiap tahunnya selalu mengalami peningkatan. Berdasarkan *Japan National Tourism Organization* (JNTO), kunjungan wisatawan asing pada tahun 2012 dan tahun-tahun sebelumnya berada dibawah angka 8 juta orang, akan tetapi pada tahun 2013 pertama kalinya wisatawan asing yang berkunjung ke Jepang mencapai angka 10 juta orang (JNTO, 2022c).

Pariwisata diakui sebagai sektor yang signifikan dalam menumbuhkan perekonomian Jepang. Pada tahun 2013, sektor ini berkontribusi secara langsung sekitar US\$ 108 miliar terhadap PDB Jepang, serta berkontribusi terhadap 4.496.800 lapangan kerja (Bulin, Miru, Roşca, 2014). Berdasarkan fakta tersebut, tentu Jepang akan melakukan berbagai strategi untuk mengembangkan sektor pariwisata guna mencapai kepentingan nasionalnya, yaitu menumbuhkan perekonomian negara.

Diantara 10 juta wisatawan asing yang berkunjung ke Jepang pada tahun 2013 tersebut, diperkirakan ada sekitar 300.000 wisatawan Muslim (Hariani, 2017) dari yang hanya sebanyak 150.000 pada tahun 2004 (CrescentRating, 2017). Rata-rata pertumbuhan tahunan wisatawan Muslim yang berkunjung ke Jepang dari tahun 2004 hingga tahun 2013 adalah sebesar 7,2% (Bahardeen, 2014). Kedatangan wisatawan Muslim ke Jepang semakin meningkat dari 700.000 pada tahun 2016 dan diperkirakan mencapai lebih dari 1 juta pada tahun 2018 (CrescentRating, 2017). Jumlah tersebut mewakili antara 3% – 3,5% dari keseluruhan wisatawan yang berkunjung ke Jepang dan diperkirakan jumlah tersebut akan terus meningkat setiap tahunnya.

Akan tetapi, wisatawan Muslim menghadapi masalah yang umum ketika berkunjung ke negara non-Muslim. Hal tersebut sering terkait dengan kesulitan mendapatkan makanan halal dan restoran yang menyajikan menu halal, tempat beribadah yang sulit untuk dijangkau, dan sulit mendapatkan fasilitas penginapan yang *Muslim friendly* (Wahidati & Sarinastiti, 2018).

Melihat fenomena meningkatnya wisatawan Muslim ke Jepang serta masalah umum yang mereka hadapi saat berada di Jepang, Pemerintah Jepang mengambil langkah untuk mengembangkan konsep wisata ramah Muslim atau yang dikenal sebagai pariwisata halal (*halal tourism*). Hal ini dilakukan untuk memberi kemudahan akses dan kebutuhan halal bagi wisatawan Muslim maupun penduduk Muslim di Jepang. Selain itu, Pemerintah Jepang juga melihat populasi Muslim di dunia yang tumbuh semakin pesat, maka apabila industri pariwisata

halal dikelola secara optimal, dapat menjadi salah satu daya tarik wisatawan asing, khususnya yang berasal dari negara mayoritas Muslim.

Di era moderen ini, *halal tourism industry* menjadi sebuah tren baru di industri pariwisata dunia. Industri pariwisata halal menjadi sumber ekonomi baru bagi beberapa negara di dunia karena industri pariwisata halal merupakan konsep yang baru di dalam dunia bisnis. Pelanggan Muslim adalah salah satu segmen pasar yang paling cepat berkembang dan kebutuhannya tidak dapat diabaikan oleh pemasar dan pengelola destinasi wisata (Battour & Ismail, 2015). Berdasarkan data *State of the Global Islamic Economy Report* (Dinar Standard, 2019), pengeluaran Muslim untuk perjalanan secara global telah meningkat sebesar 6,8% pada jangka tahun 2017 dan 2018 dari US\$177 miliar menjadi \$189 miliar. Pada tahun 2018 saja, dapat diestimasikan bahwa ada sebanyak 140 juta wisatawan Muslim internasional yang melakukan perjalanan luar negeri (Mastercard-CrescentRating, 2019). Melihat peluang tersebut, maka industri pariwisata halal merupakan salah satu strategi yang tepat dikembangkan oleh negara untuk menarik wisatawan Muslim internasional berkunjung ke negaranya.

Sebenarnya industri pariwisata halal tidak berbeda jauh dari pariwisata pada umumnya. Konsep pariwisata ini merupakan bagian dari industri pariwisata yang khususnya ditujukan bagi wisatawan Muslim, dimana bentuk pelayanan yang diberikan berdasarkan syariat Islam. Konsep halal ini mengharuskan umat Muslim agar hanya mengonsumsi hal-hal yang diperbolehkan dalam ajaran Islam, termasuk minuman, makanan, kosmetik, busana, perbankan dan finansial, pariwisata, pekerjaan, dan lain-lain (El-Gohari, 2016). Beberapa contoh dari jenis

pelayanan *halal tourism industry* adalah keberadaan restoran yang memiliki sertifikasi halal, menggunakan daging sapi dan ayam yang disembelih sesuai dengan aturan Islam, tidak menggunakan bahan makanan yang berbahan babi, tidak menggunakan dan menawarkan alkohol, dan menyediakan fasilitas untuk beribadah bagi kaum Muslim.

Pariwisata halal di Jepang mulai dikembangkan sejak tahun 2012. Untuk mengoptimalkan perkembangan *halal tourism industry* di Jepang, Pemerintah Jepang dibantu oleh beberapa lembaga dan organisasi Muslim di Jepang. Seperti pengadaan fasilitas masjid dan musala dengan petunjuk arah kiblat di beberapa tempat di Jepang. Kemudian terbentuk lembaga untuk mengawasi dan memberi sertifikasi halal kepada perusahaan dan produk yang ada di Jepang, sehingga beberapa restoran dan hotel di Jepang telah mendapatkan sertifikasi untuk menyediakan makanan halal bagi Muslim. Selain itu, dikembangkannya situs web '*Japan Welcome Guide for Muslim Visitors*' oleh JNTO yang memudahkan wisatawan Muslim untuk menemukan destinasi wisata ramah Muslim di Jepang.

Walaupun Muslim merupakan minoritas di Jepang, tetapi dapat dikatakan Pemerintah Jepang sangat serius dalam mengembangkan industri pariwisata halal ini. Keseriusan Pemerintah Jepang dalam mengembangkan industri ini terlihat jelas saat Jepang mampu menunjukkan potensinya sebagai salah satu destinasi wisata halal negara Non-OIC terbaik dunia versi GMTI (*Global Muslim Travel Index*) pada tahun 2019. Berikut merupakan data GMTI tahun 2019 berdasarkan peringkat destinasi wisata halal dunia:

Tabel 1.1 *Top 10 Destinations GMTI 2019 Ranking*

Peringkat	Destinasi Negara OIC	Skor		Peringkat	Destinasi Negara Non OIC	Skor
1	Malaysia	78		10	Singapura	65
1	Indonesia	78		18	Thailand	57
3	Turki	75		25	Britania Raya	53
4	Arab Saudi	72		25	Jepang	53
5	Uni Emirat Arab	71		25	Taiwan	53
6	Qatar	68		29	Afrika Selatan	52
7	Maroko	67		31	Hong Kong	51
8	Bahrain	66		34	Korea Selatan	48
8	Oman	66		36	Perancis	46
10	Brunei Darussalam	65		36	Spanyol	46

Sumber: Mastercard-CrescentRating, 2019

Berdasarkan Tabel 1.1 diatas, Singapura menempati posisi pertama sebagai destinasi negara non OIC (*The Organization of Islamic Cooperation*) atau Organisasi Kerja Sama Islam, kemudian disusul oleh Thailand, Britania Raya, Jepang dan Taiwan. Hal ini menunjukkan bahwa Jepang berhasil masuk dalam peringkat 5 Teratas destinasi negara non OIC dengan perolehan skor 53, setara dengan Britania Raya dan Taiwan.

Upaya Jepang dalam mengembangkan destinasi wisata ramah Muslim dunia memperoleh hasil yang cukup memuaskan. Sejak diterapkannya *halal Tourism Industry* di Jepang, wisatawan asing yang berkunjung ke Jepang mengalami peningkatan yang sangat signifikan, utamanya wisatawan Muslim. Pada tahun 2017, Sebanyak 60% dari wisatawan Muslim yang berkunjung ke Jepang berasal dari Asia Tenggara, dengan Indonesia mewakili 27% dari wisatawan tersebut (CrescentRating, 2017).

Indonesia memiliki 270 juta penduduk dan sebanyak 88% diantaranya memeluk agama Islam (Takeshita, 2020). Berdasarkan hal tersebut, Indonesia sebagai negara dengan populasi Muslim terbanyak di dunia tentu menjadi salah satu target pasar *halal tourism industry* Jepang. Jumlah populasi Muslim di Indonesia yang terus meningkat setiap tahunnya merupakan peluang besar bagi Jepang untuk terus mengembangkan *halal tourism industry* agar dapat menarik lebih banyak wisatawan Indonesia.

Salah satu negara Asia yang menjadi tujuan wisata favorit bagi wisatawan Indonesia adalah Jepang. Sebagaimana berdasarkan data yang dihimpun oleh Google Indonesia pada tahun 2017 dan 2018, ibukota Jepang, yaitu Tokyo masuk ke dalam daftar 10 tujuan destinasi internasional yang paling banyak dicari oleh orang Indonesia menggunakan situs Google (Agmasari, 2018). Selain itu, bersumber pada data transaksi penggunaan kartu kredit Bank BCA orang Indonesia di luar negeri, Jepang terpantau menjadi salah satu negara dimana wisatawan Indonesia melakukan transaksi luar negeri paling banyak (Prodjo, 2017). Apabila pemerintah Jepang terus mengembangkan *halal tourism industry*nya menggunakan strategi yang tepat, maka hal tersebut dapat berpengaruh pada peningkatan kunjungan wisatawan Indonesia ke Jepang.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk meneliti mengenai **“STRATEGI PEMERINTAH JEPANG DALAM MENGEMBANGKAN HALAL TOURISM INDUSTRY UNTUK MENARIK WISATAWAN INDONESIA”**.

B. Batasan dan Rumusan Masalah

Halal tourism industry merupakan suatu konsep baru di dalam industri pariwisata dunia. Baik negara Muslim maupun non-Muslim berlomba-lomba untuk mengembangkannya agar dapat menarik minat wisatawan Muslim asing untuk berkunjung. Pada penelitian ini, penulis berfokus pada pengembangan *halal tourism industry* di Jepang sebagai salah satu strategi pemerintah Jepang untuk menarik wisatawan Indonesia. Agar penelitian ini lebih terarah, maka penulis membatasi masalah penelitian dari tahun 2016 hingga 2019.

Adapun rumusan masalah dari penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana strategi Pemerintah Jepang dalam mengembangkan *halal tourism industry* untuk menarik wisatawan Indonesia?
2. Bagaimana dampak pengembangan *halal tourism industry* di Jepang terhadap kunjungan wisatawan Indonesia ke Jepang?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian dari tulisan ini adalah:

- a. Untuk menganalisis strategi pemerintah Jepang dalam mengembangkan *halal tourism industry* untuk menarik wisatawan Indonesia.
- b. Untuk menjelaskan dampak pengembangan *halal tourism industry* di Jepang terhadap kunjungan wisatawan Indonesia ke Jepang.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah:

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi pengetahuan dalam studi Hubungan Internasional, khususnya terkait strategi industri pariwisata halal negara.
- b. Penelitian ini dapat menjadi bahan acuan dan referensi untuk penelitian terkait di masa yang akan datang.
- c. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai acuan atau bahan pertimbangan bagi pemerintah maupun pengusaha dalam mengembangkan industri pariwisata, terutama pada industri pariwisata halal.

D. Kerangka Konseptual

Pembahasan mengenai strategi pemerintah Jepang dalam mengembangkan *halal tourism industry* untuk menarik wisatawan Indonesia memerlukan konsep-konsep yang tepat untuk digunakan sebagai alat analisis lebih lanjut agar penelitian terkait dapat bersifat ilmiah. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan dua konsep, yaitu konsep kepentingan nasional dan konsep *halal tourism*.

1. Konsep Kepentingan Nasional

Seluruh tindakan negara di dalam dunia internasional terbentuk atas kebutuhan untuk *survive* dan mensejahterakan negaranya. Dalam kepentingan nasional, negara berperan penting sebagai aktor pengambil keputusan yang dimana keputusan tersebut dapat mempengaruhi masyarakat di negaranya maupun masyarakat internasional. Kepentingan nasional merupakan salah satu aspek yang fundamental bagi suatu negara untuk menentukan tindakan

politiknya karena berperan sebagai panduan untuk mencapai tujuan nasional negara. Kepentingan nasional yaitu kebutuhan dasar negara yang terkait dengan keamanan dan kesejahteraan negara tersebut.

Konsep kepentingan nasional digunakan untuk mempelajari dan memahami perilaku negara di lingkup internasional. Menurut Jack C. Plano dan Roy Olton (1982), kepentingan nasional merupakan tujuan mendasar serta faktor yang paling menentukan bagi pengambil keputusan dalam menetapkan tindakan politik suatu negara. Kepentingan nasional merupakan konsep yang umum, namun merupakan unsur yang vital bagi setiap negara. Unsur-unsur tersebut mencakup kemerdekaan, keamanan, militer, pertahanan, kelangsungan hidup bangsa dan negara, kesatuan wilayah, dan ekonomi yang sejahtera.

Kepentingan nasional tercipta dari kebutuhan negara. Kepentingan nasional timbul dari terbatasnya sumber daya ataupun kekuatan nasional, sehingga negara tersebut merasa perlu untuk mencari pemenuhan kepentingan nasional yang keluar dari batas negaranya (Warsito, 1998). Nuechterlein (1976) menjelaskan bahwa kepentingan nasional merupakan kebutuhan dan keinginan suatu negara berdaulat untuk berhubungan dengan negara berdaulat lainnya yang berada dalam lingkungan internasional. Adapun Charles Beard menjelaskan bahwa kepentingan nasional merupakan alasan yang dimiliki oleh suatu negara dibalik tujuan dan ambisinya dalam melaksanakan hubungan internasional (Burchill, 2005). Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa konsep kepentingan nasional merupakan

alasan dan motivasi yang mendasari perilaku atau tindakan suatu negara di dalam lingkup internasional.

Menurut Scott Burchill (2005) dalam bukunya *The National Interest in International Relations Theory*, kepentingan nasional merupakan motivasi atau hal yang mendorong suatu negara untuk bertindak dalam hubungan luar negeri. Burchill membagi tiga aspek penting dalam kepentingan nasional, yaitu kepentingan ekonomi, kepentingan budaya, dan kepentingan politik. Kepentingan ekonomi berfokus pada aspek yang mengedepankan keuntungan material suatu negara. Kepentingan budaya berfokus pada upaya perlindungan terhadap warisan budaya suatu negara. Kepentingan politik berfokus pada upaya negara melakukan kerja sama untuk menciptakan perdamaian dalam lingkup internasional.

Setiap negara di dunia pada umumnya memiliki tujuan untuk memajukan perekonomian negaranya. Tujuan tersebut untuk meningkatkan kesejahteraan sosial ekonomi masyarakat, baik secara keseluruhan atau individu melalui rencana jangka pendek maupun jangka panjang.

Pariwisata merupakan salah satu sektor andalan bagi perekonomian Jepang. Wisatawan asing merupakan aset penting karena menyumbang terhadap penerimaan devisa negara, dimana wisatawan asing akan mengeluarkan uangnya untuk membeli keperluan selama berada di Jepang. Maka dari itu, strategi Pemerintah Jepang dalam mengembangkan *halal tourism industry* dapat diamati menggunakan aspek kepentingan nasional yang mengedepankan kepentingan ekonomi. Kesejahteraan ekonomi

merupakan unsur yang vital bagi negara Jepang maka dari itu diperlukan strategi yang tepat dan matang untuk mencapai tujuan dari kepentingan nasional tersebut. Pemerintah Jepang melihat adanya peningkatan kunjungan wisatawan Muslim ke Jepang, seperti dari Indonesia dan Malaysia, sehingga berupaya untuk mengembangkan industri pariwisata halal untuk menarik wisatawan Muslim asing yang kemudian berpengaruh pada pertumbuhan ekonomi Jepang.

2. Konsep *Halal Tourism*

Halal didefinisikan sebagai ‘Apa yang diperbolehkan, yang tidak memiliki batasan, dan perbuatan yang diperbolehkan oleh Allah SWT’ (Al-Qaradawi, 1994). Dalam ajaran Islam, konsep halal tidak hanya berkaitan dengan makanan dan minuman, namun mencakup seluruh aspek dalam kehidupan orang Muslim, baik laki-laki maupun perempuan.

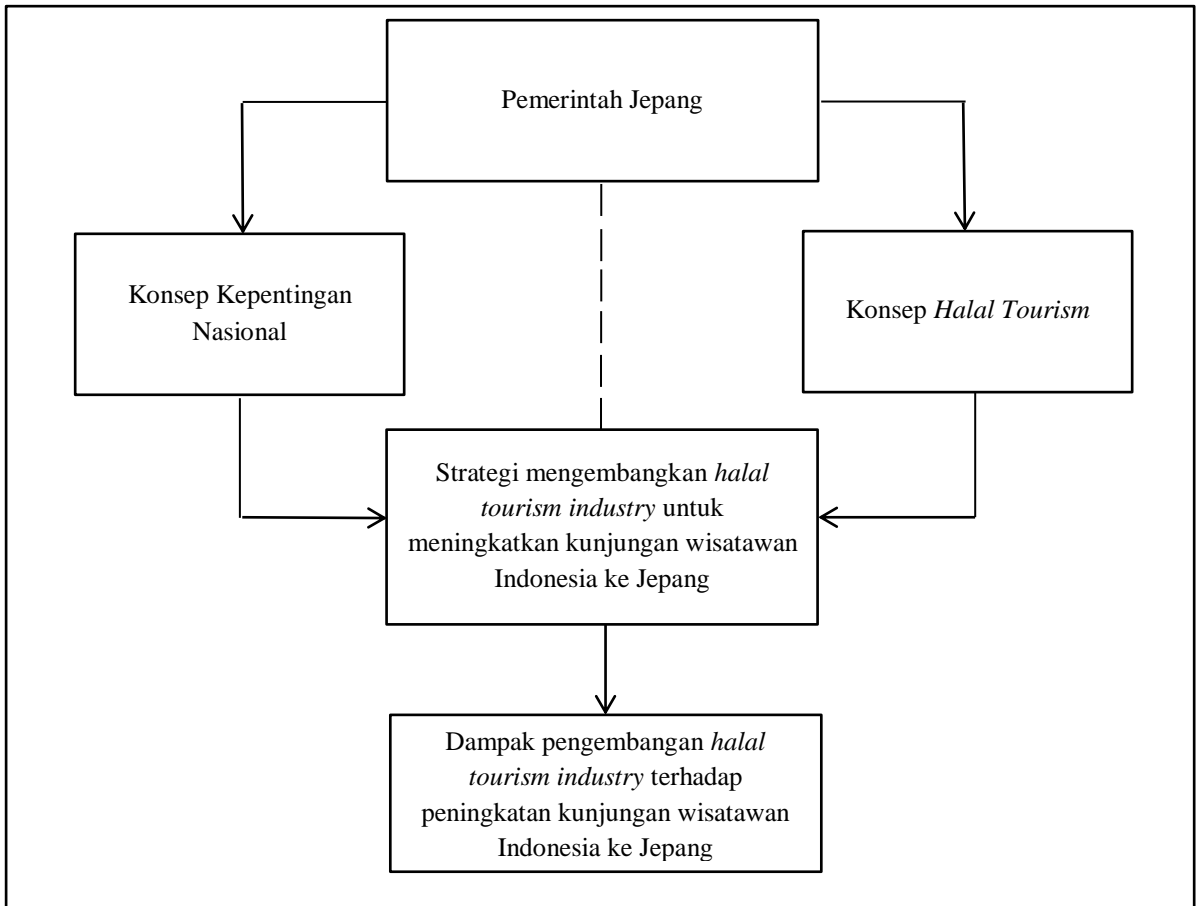
Halbase (2015) mendefinisikan *halal tourism* sebagai penawaran paket wisata dan destinasi wisata yang dirancang khusus untuk memenuhi kebutuhan dan menjawab pertimbangan wisatawan Muslim. Definisi tersebut berfokus pada kebutuhan wisatawan Muslim sebagai dasar dalam memberikan produk dan layanan wisata kepada target pelanggan yang sebagian besar merupakan wisatawan Muslim. Adapun komponen dasar *halal tourism* adalah makanan halal, transportasi halal, hotel halal, paket wisata halal, dan spa halal.

Konsep *halal tourism* menurut Mohsin, Ramli, & Alkhulayfi (2016) mengacu pada penyediaan produk dan layanan pariwisata yang memenuhi

kebutuhan wisatawan Muslim untuk menjalankan ibadah dan aktivitas yang sesuai dengan ajaran Islam. *Halal tourism* tidak hanya terbatas pada bepergian untuk tujuan religius dan tidak terbatas hanya untuk diterapkan di negara-negara Muslim. *Halal tourism* juga tidak hanya terbatas diperuntukkan bagi wisatawan Muslim saja, namun wisatawan non Muslim juga dapat menikmatinya. *Halal tourism* terkadang dianggap sebagai wisata religi atau ziarah ke masjid, namun seiring berkembangnya waktu, lingkupannya menjadi semakin luas dari itu. *Halal tourism* merupakan kegiatan wisata yang berhubungan dengan alam, budaya, maupun buatan manusia yang memperhatikan kebutuhan utama Muslim dalam menjaga kebiasaan agama mereka.

Halal tourism merupakan sebuah konsep yang cukup baru di dalam industri pariwisata dunia. Beberapa tahun terakhir, praktik yang terkait *halal tourism* semakin berkembang di berbagai negara. Praktik ini diterapkan sebagai upaya untuk menarik wisatawan Muslim untuk datang berkunjung ke negaranya. Negara-negara tersebut menyadari kesulitan wisatawan Muslim saat berada di destinasi wisata yang tidak memiliki fasilitas ramah Muslim. Maka dari itu, beberapa negara non-Muslim pun berusaha mengembangkan pariwisata halal untuk memberi kenyamanan kepada wisatawan Muslim saat berkunjung ke negaranya. Dalam penelitian ini, penulis berfokus pada upaya negara Jepang, yang merupakan negara non-Muslim dalam mengembangkan *halal tourism* di negaranya untuk menarik wisatawan Muslim, seperti wisatawan dari Indonesia.

Bagan 1.1 Kerangka Konseptual Penelitian



E. Metode Penelitian

1. Tipe Penelitian

Penulis menggunakan metode deskriptif dalam penelitian ini. Metode deskriptif bertujuan untuk menggambarkan fenomena-fenomena yang diteliti secara sistematis, aktual, dan akurat sesuai dengan realita. Hasil penelitian deskriptif bersifat dalam, luas, dan terperinci karena penelitian deskriptif tidak hanya berfokus terhadap suatu permasalahan, tetapi juga variabel-variabel lain yang berkaitan dengan permasalahan tersebut. Penelitian ini berusaha untuk mendeskripsikan fenomena strategi yang dilakukan oleh

Pemerintah Jepang dalam mengembangkan *halal tourism industry* serta dampaknya terhadap peningkatan kunjungan wisatawan Indonesia ke Jepang.

2. Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang secara langsung diperoleh oleh penulis melalui wawancara, sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber-sumber yang telah ada, seperti dari buku, jurnal atau karya-karya ilmiah, laporan, dan dokumen-dokumen yang berkaitan dengan penelitian ini.

3. Teknik Pengumpulan Data

Dalam mengumpulkan data untuk penelitian, penulis menggunakan data dan informasi yang diperoleh dari beberapa sumber data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan melalui wawancara yang melibatkan penulis dan dua narasumber yang merupakan Warga Negara Indonesia yang pernah melakukan perjalanan wisata ke Jepang. Kegiatan wawancara dilakukan pada Maret 2022 dengan menanyakan beberapa pertanyaan terkait pengalaman dan tanggapan mereka mengenai upaya pengembangan *halal tourism industry* oleh pemerintah Jepang.

Adapun data sekunder diperoleh melalui studi literatur dengan cara mempelajari, mengkaji serta menelaah literatur seperti buku, jurnal atau karya-karya ilmiah, laporan, dokumen dan artikel yang terkait dengan penelitian ini.

4. Teknik Analisis Data

Untuk menganalisis data yang telah didapatkan, penelitian ini menggunakan teknik analisis data kualitatif. Dalam teknik analisis kualitatif, permasalahan digambarkan sesuai dengan fakta-fakta yang ada kemudian fakta-fakta tersebut saling dihubungkan lalu ditarik sebuah kesimpulan.

5. Metode Penulisan

Metode penulisan penelitian ini adalah metode penulisan deduktif, yaitu penulis memaparkan permasalahan yang diteliti secara umum, kemudian menarik kesimpulannya secara khusus.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Konsep Kepentingan Nasional

Di dalam studi hubungan internasional, terdapat beberapa aktor yang terlibat dalam hubungan dan interaksi yang melewati batas-batas negara, yaitu aktor negara dan aktor non-negara. Negara merupakan aktor utama yang bertindak dalam tatanan global untuk mencapai tujuannya. Negara yang berdaulat memiliki unsur-unsur penting yang harus dijaga dan dipertahankan, seperti kemerdekaan, wilayah, keamanan, penduduk, sumber daya, serta hukum dan aturan yang berlaku dalam menjalankan pemerintahannya.

Salah satu konsep dasar yang sering digunakan dalam lingkup studi hubungan internasional, yaitu konsep kepentingan nasional. Istilah kepentingan nasional muncul sejak berdirinya entitas negara-bangsa yang berdaulat untuk menjelaskan mengenai aspirasi dan tujuannya di lingkungan internasional (Nuechterlein, 1976). Selagi negara-bangsa masih merupakan aktor yang paling berpengaruh dalam politik internasional, maka konsep kepentingan nasional akan tetap menjadi sebuah konsep yang fundamental dalam ilmu HI.

Seorang pemikir awal teori modern, Niccolo Machiavelli, memprediksikan akan muncul 'kepentingan' sebagai prinsip pengorganisasian dalam hubungan internasional melalui 2 cara, yaitu pemimpin harus tahu kapan harus menggunakan kekuasaannya dan harus tahu kapan untuk tidak menggunakannya (Clinton, 1994). Walaupun seorang pemimpin memiliki tujuan moral yang hebat,

akan tetapi tanpa keinginan dan kekuatan yang cukup untuk mencapainya, maka tidak akan mendapatkan hasil apa pun.

Dalam konsep kepentingan nasional, negara berperan penting sebagai aktor pengambil keputusan yang mempengaruhi masyarakat di negara tersebut maupun masyarakat internasional. Kepentingan nasional terbentuk dari adanya tujuan tertentu yang ingin dicapai oleh suatu negara. Tujuan ini timbul berlandaskan atas keinginan untuk mensejahterakan negara serta masyarakatnya. Tujuan tersebut biasanya terkait dengan aspek politik, sosial-budaya, ekonomi, dan militer. Konsep kepentingan nasional hadir sebagai alat untuk menganalisis dan menjelaskan bagaimana suatu negara berperilaku dalam politik luar negerinya.

Miroslav Nincic (1999) mengategorikan tiga prinsip dasar yang dapat digunakan untuk menjelaskan kepentingan nasional, yaitu:

1. Prinsip inklusivitas, kepentingan internasional tersebut harus menyangkut bangsa secara keseluruhan yang kepentingannya melampaui kepentingan khusus kelompok dan faksi tertentu.
2. Prinsip eksklusivitas, kepentingan nasional tidak memperhatikan kepentingan yang bersifat individu, kelompok, atau lembaga pemerintahan mana pun sehingga dapat tercapai kesejahteraan nasional.
3. Prinsip relevansi eksternal, yaitu kepentingan nasional secara signifikan harus dipengaruhi oleh lingkungan internasional karena berhubungan dengan pelaksanaan urusan luar negeri.

Berdasarkan pandangan pemikir realisme, kepentingan nasional dapat didefinisikan sebagai *power* yang ingin dicapai oleh suatu negara dalam melakukan hubungan internasional karena kepentingan nasional sering digunakan sebagai instrumen oleh negara untuk mempertahankan kendalinya terhadap negara lain (Perwita & Yani, 2005). Di sisi lain, pemikir liberalisme memandang bahwa kepentingan nasional berfokus pada peningkatan kesejahteraan dan kemakmuran negara serta upaya menciptakan perdamaian dan harmoni antara negara-bangsa di lingkungan internasional (Burchill, 2005).

Hans J. Morgenthau mendefinisikan kepentingan nasional sebagai kemampuan negara dalam melindungi dan melestarikan identitas fisik, politik, dan budaya-nya dari ancaman negara lain. Perlindungan terhadap identitas fisik berarti sebuah negara mampu untuk mempertahankan keutuhan wilayahnya. Perlindungan terhadap identitas politik berarti suatu negara dapat mempertahankan pemerintahan politik dan ekonominya. Perlindungan terhadap identitas budaya berarti negara mampu dalam mempertahankan sejarah dan bahasanya (Yani, Montrama & Mahyuddin, 2017).

K.J Holsti mendefinisikan kepentingan nasional sebagai kumpulan cita-cita atau tujuan suatu negara dengan upaya mencapainya melalui interaksi dengan negara lain (Bakry, 1999). Secara minimum, konsep kepentingan nasional terkait dengan integritas wilayah, kemerdekaan, dan kelangsungan hidup suatu negara. Holsti membagi kepentingan nasional ke dalam tiga golongan, yaitu *Core Values*, *Middle Range Objectives*, dan *Long Range Goals*.

Pertama, *Core Values* adalah unsur-unsur yang dianggap vital dan paling penting bagi suatu negara yang terkait dengan kelangsungan hidup sebuah negara (Bakry, 1999). Kepentingan ini digambarkan sebagai tujuan nasional yang sebagian besar orang rela berkorban untuk melestarikannya. Kepentingan ini terkait dengan upaya melestarikan sistem politik, sosial, dan ekonomi negara (Nieuwkerk, 2004).

Kedua, *Middle Range Objectives* biasanya terkait dengan upaya meningkatkan prestise negara di dalam dunia internasional. Kepentingan ini seperti memberi dukungan kepada negara sekutu, mempromosikan hak asasi manusia, peraturan lingkungan, kolaborasi keamanan, pengembangan lembaga internasional dan berbagai bentuk perluasan diri atau imperialisme (Nieuwkerk, 2004).

Ketiga, *Long Range Goals* yaitu kepentingan yang terkait dengan rencana dan visi negara yang bersifat ideal di dalam sistem internasional, seperti keinginan untuk mewujudkan perdamaian dan ketertiban dunia internasional (Bakry, 1999).

Berdasarkan pandangan Kindleberger (2011), kepentingan nasional merupakan hubungan yang tercipta antara negara-negara karena adanya perbedaan keunggulan yang dimiliki oleh masing-masing negara dalam berproduksi. Keunggulan komparatif tersebut kemudian membuka peluang spesialisasi yang dipilih tiap-tiap negara untuk mendukung pembangunan nasional sesuai dengan kepentingan nasionalnya masing-masing.

Setiap negara memiliki kemampuan yang berbeda dipengaruhi oleh kondisi wilayah, demografi, budaya, dan sejarahnya masing-masing. Setiap

negara juga memiliki masalah tersendiri dan tidak dapat untuk memenuhi kebutuhannya sendiri. Maka dari itu, mereka akan melakukan interaksi dan kerja sama dengan entitas negara lain untuk membantu memenuhi kebutuhan dan menemukan solusi dari masalah yang dihadapi.

Kepentingan nasional tercipta dari kebutuhan suatu negara. Kepentingan nasional yang dimiliki oleh suatu negara tentu berbeda dengan negara lain, karena masing-masing pembuat kebijakan merumuskan kepentingan nasional dengan melihat kondisi internal dan eksternal yang ada. Pemimpin negara beserta pembuat kebijakan akan membuat kebijakan yang spesifik terhadap negara lain atau lingkungan internasional secara umum melalui pendekatan kerja sama atau pun konflik. Sifat-sifat kepentingan nasional berbeda sesuai dengan kebutuhan negara, ada yang ditetapkan untuk waktu dekat, sementara, atau tujuan jangka panjang.

Kepentingan nasional merupakan hasil dari kesepakatan politik berbagai pihak dalam *state of interest* yang berbeda. Dengan begitu, adanya kepentingan nasional yang merupakan hasil kompromi bersama menunjukkan bahwa berbagai aspek tertentu telah menjadi bagian dari identitas nasional negara. Kepentingan nasional tersebut tercangkup dalam konstitusi negara yang berarti kepentingan nasional harus diperjuangkan oleh setiap entitas di negara tersebut.

Kepentingan nasional sering menjadi pembenaran dari tindakan dan bentuk kebijakan yang dipilih oleh negara. Stephen Krasner merupakan salah satu pemikir yang menyamakan kepentingan nasional sebagai kebijakan pemerintah. Di dalam tulisan Miroslav Nincic (1999), Krasner berpendapat bahwa lebih baik

apabila mempertimbangkan kepentingan nasional dengan hal terkait langsung dengan tujuan dan perilaku negara, seperti bentuk kebijakan yang diterapkan oleh pemerintah. Sebagai batasan, Krasner menyatakan bahwa kebijakan tersebut harus berkaitan dengan tujuan umum nasional (bukan hanya tujuan kelompok atau individu tertentu) yang dikejar dalam waktu yang cukup lama.

Hal ini didukung oleh asumsi Krasner bahwa pemerintah memiliki mandat untuk bertindak atas kebutuhan untuk mensejahterakan masyarakatnya. Dalam beberapa perkara, mandat ini akan menentukan: (a) jenis tindakan yang diperbolehkan oleh kepemimpinan, (b) saran dan masukan yang harus menjadi bagian dari kebijakan yang akan diterapkan, dan (c) mekanisme akuntabilitas pemerintah dalam menjalankan kebijakan tersebut (Nincic, 1999). Dari penjelasan tersebut dapat dipahami bahwa dalam melakukan urusan luar negeri, suatu negara merencanakan kebijakan atau strategi yang telah dikembangkan secara matang oleh pengambil keputusan untuk mencapai kepentingan nasional negara.

Penelitian ini menggunakan definisi konsep kepentingan nasional yang dikemukakan oleh Teuku May Rudy. Menurut Rudy (2002), kepentingan nasional adalah berbagai tujuan yang ingin dicapai oleh suatu negara terkait dengan kebutuhan bangsa dan cita-cita negara. Rudy berpendapat bahwa kepentingan nasional secara umum relatif sama di berbagai negara, yaitu keamanan dan kesejahteraan sosial dan ekonomi. Dua hal tersebut merupakan dua aspek utama bagi negara untuk merumuskan kepentingan nasionalnya. Kepentingan nasional identik dengan tujuan nasional, misalnya kepentingan memperkuat militer,

kepentingan pengembangan SDM yang berkualitas, dan kepentingan pembangunan ekonomi.

Sebelum merumuskan kepentingan nasional, negara terlebih dahulu harus mempertimbangkan kapabilitas yang dimilikinya. Kapabilitas suatu negara dapat dilihat melalui kemampuan domestik maupun kemampuan dalam berhubungan dengan negara lain. Selain itu, kapabilitas negara juga dapat diukur melalui kekuatan nasional dan ketahanan nasionalnya. Ketahanan nasional mencakup ideologi negara, politik, sosial-budaya, dan ekonomi. Dengan begitu, negara dapat merumuskan strategi-strategi untuk menetapkan sasaran, tujuan dan tindakan untuk mencapai kepentingan nasional (Rudy, 2002). Strategi-strategi tersebut juga dibuat untuk memperkirakan seberapa besar hasil yang akan dicapai.

Konsep Kepentingan nasional yang dipaparkan oleh Rudy (2002) akan digunakan untuk menganalisis berbagai strategi yang dilakukan oleh Pemerintah Jepang dalam mengembangkan *halal tourism industry*nya untuk menarik wisatawan Indonesia. Strategi-strategi tersebut diterapkan untuk mencapai kepentingan nasional Jepang dalam meningkatkan perekonomian negara melalui salah satu segmen dari sektor pariwisata. Strategi mengembangkan *halal tourism* oleh Pemerintah Jepang diharapkan dapat memicu peningkatan kunjungan wisatawan Indonesia ke Jepang yang nantinya akan berkontribusi terhadap perekonomian Jepang.

Negara sebagai aktor utama dalam politik internasional harus memiliki kemampuan tersendiri agar dapat menjadi bahan pertimbangan negara lain untuk

berinteraksi dan menjalin kerja sama. Joshua Goldstein & Jon Pevehouse didalam bukunya berpendapat bahwa:

“States are using strategy to get good results in negotiating with one or more other states. States are using their power abilities to influence each other state’s actions. Negotiating is interactive and involves a state to take into consideration of other state’s interests even while going for its own.”
(Goldstein & Pevehouse, 2017)

Strategi merupakan faktor yang penting dalam mencapai tujuan negara, keberhasilan usaha yang dilakukan tergantung pada kemampuan pembuat kebijakan dalam merumuskan strategi tersebut. Negara akan menggunakan strategi-strategi yang dianggap tepat untuk mendapatkan hasil yang memuaskan melalui upaya negosiasi dengan satu atau banyak negara lainnya. Negara dapat menggunakan *power*nya untuk mengontrol atau mempengaruhi tindakan negara satu sama lain, akan tetapi negosiasi bersifat lebih interaktif dan dapat saling memahami kepentingan nasional masing-masing sehingga akan lebih mudah untuk merumuskan langkah bersama yang akan diambil oleh kedua negara atau lebih.

Salah satu aspek dalam kepentingan nasional yaitu aspek ekonomi. Kepentingan setiap negara di dunia tidak terlepas dari kepentingan ekonomi untuk memajukan, mengembangkan dan menyejahterakan negara dan rakyatnya. Kepentingan ekonomi dapat mempengaruhi dan memotivasi suatu negara untuk mencapai kepentingan nasional tersebut. Maka dari itu, diterapkan kebijakan ekonomi yang bertujuan untuk meningkatkan perekonomian negara dan meningkatkan kesejahteraan sosial ekonomi masyarakat, baik secara keseluruhan maupun individu.

Beberapa tahun terakhir, pariwisata telah menjadi salah satu sumber pendapatan nasional yang penting bagi banyak negara. Terlepas dari resesi yang ada di ekonomi dunia, pariwisata terus bertumbuh di beberapa negara (Donyadideh, 2013). Pemerintah memiliki peran penting dalam membentuk pembangunan pariwisata negara. Kerangka kebijakan pariwisata perlu dibuat secara baik dan jelas untuk memperhitungkan hasil optimal yang dapat dicapai dalam mengembangkan pariwisata. Di level nasional, dirumuskan langkah-langkah koordinasi dan diterapkan strategi jangka panjang untuk mengoptimalkan manfaat ekonomi dan sosial industri pariwisata, sambil meminimalkan dampak negatifnya terhadap lingkungan. Kemudian pemerintah perlu memastikan bahwa kebijakan dan langkah-langkah yang disepakati di level nasional dapat dilaksanakan secara konsisten di level sub-nasional, memastikan bahwa masyarakat lokal dan daerah di mana mereka berada dapat sepenuhnya berbagi manfaat yang dihasilkan oleh perkembangan pariwisata (OECD, 2020).

Sejak dahulu, para pemimpin negara menganggap pariwisata sebagai jembatan politik negara (Ritcher, 1983). Hal ini dikarenakan beberapa negara memiliki kepentingan yang sama di bidang pariwisata. Beberapa negara membuat kebijakan untuk saling berkomitmen dalam memanfaatkan pariwisata sebagai mesin pembangunan regional (OECD, 2020). Arus pariwisata antara dua negara atau lebih dapat diartikan sebagai tingkat keseriusan antara negara-negara tersebut beserta orang-orangnya. Dapat diartikan bahwa negara menggunakan pariwisata sebagai barometer diplomatik untuk mengukur kedekatan mereka satu sama lain (Ritcher, 1983).

Pariwisata memegang peranan penting dalam kepentingan nasional negara sebagai salah satu segmen yang berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi. Menurut Mansour Zaei dan Mahin Zaei (2013), ada beberapa kontribusi pariwisata terhadap pertumbuhan ekonomi negara, yaitu sebagai berikut:

1. Mendorong pendapatan nasional

Ketika wisatawan mengeluarkan uangnya untuk membayar berbagai jenis layanan dan barang di negara yang dikunjungi, jumlah ini tercermin sebagai penerimaan perjalanan nasional bagi negara tersebut.

2. Meningkatkan pendapatan devisa negara

Bertambahnya wisatawan asing menyebabkan bertambahnya aliran mata uang asing di negara yang dikunjungi. Wisatawan akan menukarkan uang negaranya dengan mata uang nasional, hal ini merupakan sumber terhadap pendapatan devisa negara;

3. Menstimulasi pertumbuhan investasi

Berkembangnya industri pariwisata negara menarik investor untuk berinvestasi secara regional maupun lokal di negara tersebut dan membangun fasilitas pariwisata seperti hotel, resor, *theme park*, dan transportasi;

4. Menambah pendapatan masyarakat lokal

Wisatawan akan melakukan pengeluaran uang ke masyarakat di negara yang dikunjungi, seperti kepada pemandu wisata, destinasi wisata, pemilik toko, restoran, hotel, sopir taksi, dan lain-lain sehingga menstimulasi pembangunan sosial dan ekonomi yang merata di masyarakat;

5. Menciptakan lapangan kerja

Industri pariwisata adalah industri jasa yang membutuhkan banyak sumber daya manusia. Maka dari itu, tercipta berbagai jenis pekerjaan yang dibutuhkan untuk menopang industri pariwisata negara, seperti agen perjalanan, operator tur, pengelola destinasi wisata, restoran, hotel, toko souvenir, dan lain-lain.

Bagi banyak negara, dorongan eksplisit untuk mengembangkan sektor pariwisata adalah untuk mencapai kepentingan ekonomi. Pariwisata dilihat sebagai cara untuk memperoleh devisa tanpa kehilangan sumber daya yang tidak dapat diperbaharui. Tidak seperti kebijakan ekonomi lainnya, pariwisata dengan mudah menarik modal asing karena hanya membutuhkan jenis pancingan untuk menarik wisatawan dari negara lain, misalnya pembebasan pajak (Ritcher, 1983).

Industri pariwisata dapat menjadi agen yang kuat untuk perubahan ekonomi yang lebih baik di masyarakat. Pariwisata dapat memainkan peran penting dalam meningkatkan daya tarik kesejateraan suatu tempat, tidak hanya sebagai tempat untuk dikunjungi, tetapi juga sebagai tempat untuk tinggal, bekerja, dan berinvestasi. Lebih khusus lagi, pariwisata dapat memberikan manfaat bagi ekonomi perkotaan dan regional termasuk peluang kerja yang beragam, dukungan untuk mempromosikan keaslian dan aset budaya, peluang untuk operasi bisnis skala kecil yang inovatif, dan dukungan untuk pengembangan dan pemeliharaan terkait infrastruktur (OECD, 2020). Adanya kebijakan pariwisata yang baik dapat membantu menyebarkan manfaat pariwisata yang tidak hanya berpusat di ibu

kota, bahkan mencapai daerah yang kurang berkembang seperti daerah pesisir maupun daerah pedesaan.

Selama beberapa tahun, sektor pariwisata secara signifikan berkontribusi terhadap perekonomian Jepang. Wisatawan asing yang datang berkunjung ke Jepang merupakan aset yang penting karena wisatawan tersebut akan mengeluarkan uangnya untuk membeli keperluan selama berada di Jepang, dimana pengeluaran tersebut menyumbang terhadap pendapatan ekonomi negara. Selain itu, pariwisata juga menciptakan ribuan pekerjaan bagi rakyat Jepang. Banyak wisatawan yang melakukan perjalanan ke Jepang untuk mencicipi kuliner, merasakan budaya, menikmati alam, dimana hal ini sangat menguntungkan bagi bisnis lokal.

Dalam konteks pariwisata halal, Jepang sebagai negara non-Muslim mulai mengembangkan industri pariwisatanya untuk menjadi ramah Muslim sejak tahun 2012. Faktor ekonomi menjadi hal utama yang mendasari kebijakan ini. Kontribusi industri pariwisata yang luar biasa terhadap pertumbuhan ekonomi negara serta pertumbuhan penduduk Muslim dunia menjadi peluang bagi pemerintah Jepang untuk membuat strategi baru dalam industri pariwisata. Tindakan pemerintah Jepang dalam mengembangkan *halal tourism industry* untuk menarik wisatawan dari Indonesia yang merupakan negara dengan penduduk Muslim terbanyak di dunia, utamanya dilakukan untuk semakin meningkatkan perekonomian negara. Maka dari itu, diperlukan strategi yang tepat untuk mencapai kepentingan nasional tersebut.

B. Konsep *Halal Tourism*

Pariwisata merupakan aktivitas sosial, budaya, dan ekonomi yang melibatkan individu atau kelompok yang bepergian ke destinasi di luar lingkungan sehari-harinya, baik untuk tujuan kesenangan pribadi maupun tujuan bisnis/professional, maupun tujuan lainnya (World Tourism Organization, 2019). Kegiatan berwisata berdasarkan minatnya terbagi atas dua, yaitu *mass tourism* dan *special interest tourism*. *Mass tourism* merupakan pergerakan wisatawan internasional secara terorganisir ke destinasi liburan populer seperti laut, matahari, dan pasir semata-mata untuk tujuan rekreasi dan tidak berminat pada budaya lokal (Vainikka, 2013). Adapun *Special interest tourism* terbentuk dari sejumlah individu yang memiliki motivasi yang sama dalam minat yang lebih khusus, misalnya terhadap agama/keyakinan, budaya, hobi, kesehatan, dan lain-lain (Pforr, Dowling, & Volgger, 2021).

Industri pariwisata dunia semakin bertumbuh setiap tahunnya. Didorong oleh perkembangan ekonomi global, kedatangan wisatawan internasional meningkat hingga 5% pada tahun 2018 mencapai angka 1,4 miliar dan pendapatan ekspor yang dihasilkan oleh pariwisata tumbuh menjadi \$1,7 triliun (World Tourism Organization, 2019). Pada tahun yang sama, diestimasikan ada sekitar 140 juta kedatangan wisatawan Muslim internasional (Mastercard-CrescentRating, 2019) dan pengeluaran untuk perjalanan internasional yang bernilai sekitar \$189 miliar (Dinar Standard, 2019). Wisatawan Muslim dunia ingin menjelajahi destinasi wisata baru dan mencari pengalaman wisata otentik dan aktivitas yang berbeda dari biasanya. *Stakeholders* perlu memanfaatkan

peluang ini untuk memahami dan memenuhi kebutuhan agama dan budaya wisatawan Muslim untuk menciptakan produk dan layanan yang dibuat khusus untuk mereka.

Maka dari itu, tercipta jenis pariwisata baru, yaitu pariwisata halal (*halal tourism*) yang semakin mendapatkan popularitas dalam beberapa tahun terakhir. *Halal tourism* sesungguhnya tidak berbeda jauh jika dibandingkan dengan pariwisata pada umumnya karena *halal tourism* merupakan bagian dari industri pariwisata yang khusus ditujukan bagi wisatawan Muslim. Berdasarkan prinsipnya, *halal tourism* difokuskan pada wisatawan Muslim untuk memberikan pelayanan wisata yang sesuai dengan syariaah Islam dengan memperhatikan aspek halal dan haram suatu aktivitas atau produk yang dikonsumsi (Subarkah, Akim, & Rachman, 2020). Perkembangan *halal tourism* utamanya didorong oleh kebutuhan wisatawan Muslim yang ingin melakukan aktivitas wisata tanpa perlu khawatir mengenai kehalalan produk dan fasilitas umum yang mereka gunakan.

Kata 'Halal' berasal dari bahasa Arab yang berarti segala sesuatu yang diperbolehkan dan tidak dilarang dalam Islam (Al-Qaradawi, 1994). Konsep halal ini mengharuskan umat Muslim agar hanya mengonsumsi hal-hal yang diperbolehkan dalam ajaran Islam, termasuk minuman, makanan, kosmetik, busana, perbankan dan finansial, pariwisata, pekerjaan, dan lain-lain (El-Gohari, 2016). Dengan demikian semua komponen halal di dalam industri pariwisata halal baik untuk dikonsumsi bagi wisatawan Muslim. Adanya *halal tourism* dapat mempermudah dan memberi kenyamanan pada wisatawan Muslim ketika melakukan perjalanan wisata.

Syariah mengacu pada seperangkat aturan yang mengatur kehidupan manusia dan interaksinya dengan semua makhluk di dunia ini (Mohsin, Ramli, & Alkhulayfi, 2016). Syariah Islam bersumber dari Al-Quran dan Hadith (perkataan Nabi yang diriwayatkan). Kaidah ini berlaku dalam segala aspek kehidupan manusia, seperti cara berpakaian, ibadah, kebersihan, makanan dan minuman, perilaku sosial, politik, ekonomi dan sebagainya. Islam memberikan pedoman hidup bagi manusia, tidak terkecuali dengan aktivitas pariwisata. Ketika melakukan perjalanan wisata pun, wisatawan Muslim harus mengikuti kaidah Islam yang telah ditetapkan tersebut.

Sampai saat ini, pariwisata bukanlah kegiatan utama Muslim karena dahulu kegiatan wisata sering disalah artikan sebagai kegiatan yang memboroskan waktu berharga yang seharusnya dimanfaatkan untuk beribadah kepada Allah. Namun, akibat adanya modernisasi yang mengubah pola pikir masyarakat Muslim dan didukung dengan berkembangnya perekonomian negara-negara Muslim maka pariwisata menjadi kegiatan yang senantiasa dilakukan oleh umat Muslim (Rimmawi & Ibrahim, 1992).

Secara tradisional, wisata halal umumnya terkait dengan ziarah umat Muslim untuk haji dan umrah di Arab Saudi. Kemudian terjadi peningkatan konsumen Muslim kelas menengah yang menjadikan kegiatan perjalanan sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari. Maka secara bertahap menambah preferensi tujuan wisata umat Muslim dari tujuan tradisional, seperti Arab Saudi ke berbagai negara di belahan dunia untuk tujuan liburan (Edbiz Consulting, 2013).

Berdasarkan laporan yang dikeluarkan oleh Mastercard-CrescentRating (2018), berkembangnya tren *halal tourism* didorong oleh beberapa faktor. Faktor utama yaitu meningkatnya populasi Muslim dunia yang diestimasikan akan mencapai 2,2 miliar Muslim pada tahun 2030. Faktor-faktor lainnya yaitu bertumbuhnya *middle class income* Muslim, peningkatan Muslim usia muda yang melakukan perjalanan wisata, kemudahan mengakses informasi destinasi dan aktivitas wisata, dan bertambahnya layanan serta fasilitas wisata ramah Muslim.

Halal tourism memiliki beberapa terminologi digunakan di berbagai literatur, diantaranya yaitu *Muslim-friendly tourism* dan *Islamic tourism*. Carboni, Perelli, & Sistu (2014) mendefinisikan *halal tourism* sebagai wisata yang sesuai dengan ajaran Islam, yang melibatkan orang-orang yang beragama Islam yang tertarik untuk menjaga kebiasaan agama pribadi mereka saat bepergian. Definisi ini tidak terbatas pada perjalanan untuk tujuan keagamaan dan tidak hanya berkaitan dengan perjalanan ke negara-negara Muslim saja, namun dapat juga dilakukan pada perjalanan ke negara-negara non-Muslim.

Azam, Abdullah & Razak (2019) menekankan bahwa *halal tourism* harus menjamin produk dan pelayanan yang diberikan berpedoman pada syariah Islam. Di dalam tulisannya, mereka menjelaskan bahwa terdapat lima aspek di dalam *halal tourism*, yaitu:

- a. Hukum syariah: segala tindakan yang berkaitan dengan pariwisata tidak bertentangan dengan syariah Islam dan juga harus mematuhi standar yang disediakan oleh kebijakan yang diterapkan di negara masing-masing.

- b. Konsumen sasaran: berfokus pada konsumen Muslim secara global dan juga menarik konsumen non-Muslim.
- c. Tujuan: tidak terbatas karena pada dasarnya Islam menganjurkan untuk bepergian.
- d. Maksud: keagamaan (haji dan umrah) serta tujuan lain (rekreasi, bisnis, dll) yang tidak bertentangan dengan Islam.
- e. Produk dan layanan: sesuai dengan kebutuhan berbasis keyakinan Muslim yang juga dapat dikonsumsi dan diterima oleh non-Muslim.

Henderson (2009) mendefinisikan *halal tourism* sebagai perjalanan wisata yang dilakukan oleh wisatawan Muslim untuk tujuan rekreasi yang sesuai dengan ajaran Islam. Menurutnya, definisi ini juga dapat mencakup wisatawan non-Muslim yang tertarik untuk belajar tentang budaya Islam. Walau begitu, Henderson lebih menekankan konsep *halal tourism* pada waktu yang dihabiskan oleh wisatawan Muslim di negara-negara minoritas Muslim, dimana keterlibatan dengan Islam merupakan unsur yang utama.

Henderson melihat bahwa wisata halal menawarkan potensi ekonomi yang besar karena saat ini umat Islam yang melakukan perjalanan semakin meningkat, utamanya untuk keperluan ziarah, bisnis, maupun kesenangan pribadi. Menurut Henderson (2009), *halal tourism* meliputi ketersediaan tempat beribadah, akomodasi bebas alkohol, fasilitas kebugaran dan olahraga dipisahkan berdasarkan jenis kelamin, tidak ada disko dalam ruangan atau hotel kehidupan malam, dan program hiburan islami.

Komite Kerjasama Ekonomi dan Komersial Organisasi Kerjasama Islam (COMCEC) mendefinisikan *halal tourism* sebagai setiap objek atau tindakan pariwisata yang diperbolehkan menurut ajaran Islam untuk digunakan dan dilakukan oleh umat Muslim di dalam melakukan pariwisata (COMCEC, 2016). Definisi ini menekankan pada kegiatan wisatawan Muslim yang tidak dapat mengorbankan kebutuhan berbasis agama mereka saat bepergian.

Konsep *halal tourism* menurut COMCEC (2016) terdiri atas tiga komponen utama, yaitu:

- a. Kebutuhan utama yang berdasar pada agama, seperti ketersediaan makanan dan restoran sertifikasi halal, fasilitas ibadah, fasilitas toilet dengan ketersediaan air, layanan selama bulan Ramadan, bebas dari kegiatan non-halal, dan fasilitas rekreasi yang terpisah antara laki-laki dan perempuan.
- b. Alasan dan motivasi wisatawan Muslim melakukan wisata, misalnya wisata religi, perjalanan liburan, perjalanan bisnis, dan perjalanan untuk perawatan medis.
- c. Layanan dan fasilitas untuk wisatawan Muslim, seperti hotel, villa, resor, dan *airbnb*.

Penelitian ini menggunakan konsep *halal tourism* yang dikemukakan oleh Battour & Ismail (2015) yang menjelaskan bahwa *halal tourism* adalah setiap praktik atau aktivitas dalam melakukan kegiatan pariwisata yang diperbolehkan menurut ajaran Islam (hukum syariah) yang melibatkan orang-orang Muslim yang tertarik untuk menjaga kebiasaan agama mereka saat bepergian.

Battour & Ismail (2015) melihat ada peningkatan kesadaran konsumen Muslim dalam memilih opsi halal untuk memenuhi kebutuhan mereka. Konsumen Muslim selalu berhati-hati sebelum mengonsumsi produk dan layanan yang ditawarkan, apakah sesuai dengan syariah Islam atau tidak. Maka dari itu, beberapa negara destinasi wisata menawarkan opsi layanan wisata ramah Muslim untuk memberi kenyamanan bagi wisatawan Muslim saat melakukan perjalanan wisata.

Adapun konsep *halal tourism* menurut Battour & Ismail (2015) terdiri atas beberapa komponen, yaitu:

a. Restoran Halal & Ramah Muslim

Menurut syariah Islam, tidak diperbolehkan untuk mengonsumsi segala produk non-halal seperti daging babi, minuman alkohol dan yang mengandung alkohol, hewan yang mati sebelum disembelih, hewan yang tidak disembelih dengan menyebut nama Allah swt, makanan yang terbuat dari darah, hewan karnivora, dan burung pemangsa. Oleh karena itu, ketersediaan restoran yang menyajikan makanan dan minuman halal sangat penting dikembangkan bagi destinasi wisata yang menyasar konsumen wisatawan Muslim, apalagi bagi destinasi wisata non-Muslim. Restoran halal harus menghindari peralatan makan, peralatan masak, dan dapur terkontaminasi dengan bahan non-halal. Selain itu, penting bagi restoran untuk memiliki sertifikat halal agar lebih terpercaya, karena jika restoran tersebut hanya mengklaim dirinya sebagai restoran halal tanpa sertifikat maka menimbulkan keraguan bagi konsumen Muslim.

b. Masjid dan Musala

Mengerjakan shalat hukumnya wajib bagi setiap umat Muslim, maka dari itu dibutuhkan tempat beribadah yang mudah dijangkau utamanya di ruang publik, seperti bandara, pusat perbelanjaan dan restoran untuk memenuhi kebutuhan utama Muslim dalam beribadah.

c. Akomodasi Ramah Muslim

Keberadaan akomodasi ramah Muslim dianggap sebagai salah satu aspek penting dalam menarik wisatawan Muslim untuk berkunjung ke destinasi di wilayah tersebut. Akomodasi ini memberikan layanan seperti menyediakan Al-Quran, sajadah, dan penunjuk arah kiblat di kamar hotel mereka, serta tidak menyajikan makanan dan minuman yang non-halal kepada wisatawan Muslim.

d. Situs Web Ramah Muslim

Salah satu aspek baru dalam *halal tourism industry* adalah aplikasi dan situs web ramah Muslim yang mudah diakses di handphone. Keberadaan hal tersebut sangat membantu wisatawan Muslim untuk menemukan hotel dan pusat perbelanjaan yang memiliki ruangan shalat dan restoran yang menyajikan makanan dan minuman halal. Aplikasi dan situs web ramah Muslim memberi kemudahan untuk wisatawan Muslim juga memberi kenyamanan bagi mereka untuk tetap menjalankan kebiasaannya saat melakukan perjalanan wisata.

Konsep *Halal Tourism* yang dipaparkan oleh Battour dan Ismail (2015) akan digunakan bersamaan dengan konsep kepentingan nasional oleh Teuku May

Rudy (2002) yang telah dipaparkan sebelumnya untuk menganalisis berbagai strategi yang dilakukan oleh Pemerintah Jepang dalam mengembangkan *halal tourism industry*nya. Keempat komponen *halal tourism* oleh Battour dan Ismail digunakan untuk menganalisis apakah industri pariwisata halal di Jepang telah memenuhi keempat komponen tersebut atau belum.

Halal tourism merupakan konsep baru di dalam industri pariwisata yang membuka peluang baru untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Berdasarkan segmentasi pasar, prospek *halal tourism* sangat menjanjikan dan mampu meningkatkan perekonomian lokal melalui peluang usaha kecil dan industri kreatif bagi masyarakat lokal (Wijayanti, Widyaningsih, Hakim, & Fiyan, 2018). *Stakeholders* perlu memahami dengan baik konsep *halal tourism* sebelum menentukan kebijakan terhadap pengembangan industri pariwisata karena tanpa pemahaman yang baik mengenai makna halal dalam agama Islam dan praktiknya maka tidak dapat dikembangkan wisata ramah Muslim yang sesuai dengan kebutuhan konsumen wisatawan Muslim.

Konsep *halal tourism* tidak hanya terbatas bagi konsumen Muslim saja. Meskipun target utamanya adalah wisatawan Muslim, bahkan wisatawan non-Muslim pun dapat menikmatinya. Wisatawan non-Muslim terkadang memesan makanan halal saat bepergian karena dianggap lebih sehat dan terjamin ke higienisannya dan juga pemisahan antara laki-laki dan perempuan di beberapa fasilitas rekreasi sehingga lebih menjaga privasi para wisatawan (El-Gohary, 2016). Maka dari itu, banyak negara di dunia, baik negara mayoritas Muslim

maupun negara mayoritas non-Muslim yang berlomba-lomba untuk mengembangkan industri *halal tourism* guna menarik wisatawan Muslim dunia.

Salah satu negara non-Muslim yang mengembangkan industri *halal tourism* adalah Jepang. Pemerintah Jepang menyadari bahwa perkembangan umat Muslim dunia semakin besar dapat dimanfaatkan sebagai peluang untuk meningkatkan perekonomian negara melalui pelayanan wisata yang ramah Muslim. Pemerintah Jepang mulai mengembangkan *halal tourism* pada tahun 2013 dan kebijakan tersebut semakin serius diterapkan pada tahun 2016. Walaupun tergolong cukup baru dalam industri pariwisata halal, namun Jepang terbukti mampu menarik wisatawan Muslim dunia setiap tahunnya, utamanya wisatawan yang berasal dari Indonesia.

C. *Literature Review*

Penulis meninjau kembali beberapa tulisan yang terkait dengan penelitian ini untuk memperluas serta memperkuat data dan asumsi penulis. Tinjauan pustaka berfokus pada sumber literatur atau penelitian sebelumnya yang relevan dengan topik penelitian ini, yaitu mengenai strategi pemerintah Jepang dalam mengembangkan *halal tourism industry* untuk menarik wisatawan Indonesia. Penulis memilih tiga studi pustaka yang relevan dengan penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

- a. Judul : Upaya Pemerintah Jepang dalam Meningkatkan Jumlah Wisatawan Indonesia ke Jepang Tahun 2012-2016
Penulis / Universitas : Alfath Adeja / Universitas Andalas
Tahun : 2018

Penelitian tersebut menganalisis bentuk upaya yang dilakukan oleh pemerintah Jepang untuk meningkatkan kunjungan wisatawan Indonesia ke Jepang guna memajukan sektor pariwisatanya. Penelitian ini menggunakan konsep *Role of Government in Tourism* yang dikemukakan oleh C. Michael Hall. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pemerintah Jepang melakukan 5 upaya untuk meningkatkan wisatawan Indonesia, yaitu melalui *Visit Japan Campaign*, *New Tourism Nation Promotion Basic Plan*, mendirikan kantor perwakilan JNTO di Jakarta, mengadakan pameran wisata *Japan Travel Fair*, dan mengeluarkan kebijakan bebas visa bagi pengguna e-paspor.

Perbedaan antara skripsi tersebut dengan penelitian kali ini, terdapat pada fokus pembahasan dan konsep yang digunakan. Penelitian tersebut membahas tentang upaya yang dilaksanakan oleh pemerintah Jepang dalam meningkatkan kunjungan wisatawan Indonesia ke Jepang pada tahun 2012 – 2016 secara umum, sedangkan penelitian kali ini berfokus pada kebijakan pemerintah Jepang dalam mengembangkan *halal tourism* untuk menarik wisatawan Indonesia pada tahun 2016 – 2019. Selain itu, pada skripsi tersebut menggunakan konsep *Role of Government in Tourism* sebagai pisau analisis, sedangkan pada penelitian ini menggunakan konsep kepentingan nasional dan konsep *halal tourism*.

b. Judul : *Strategic Role of Japanese Government in Promoting Halal Market in Japan*

Penulis / Universitas: Muhammad Thamrin dan Asra Virgianita / Universitas Indonesia

Tahun: 2019

Penelitian tersebut bertujuan untuk menganalisis strategi pemerintah Jepang untuk mempromosikan pasar halal di Jepang serta dampaknya terhadap perekonomian dan politik Jepang. Penelitian ini menggunakan konsep *State Centered Approach* yang dipaparkan oleh Thomas Oatley. Hasil dari penelitian ini adalah pemerintah Jepang menyediakan restoran halal, tempat ibadah di dalam bandara, dan layanan informasi wisata halal sebagai upaya untuk mempromosikan pasar halal Jepang. Hal tersebut merupakan strategi diplomasi politik Jepang untuk memberi citra baik sebagai negara yang ramah terhadap Muslim serta memberi dampak terhadap peningkatan ekonomi.

Perbedaan antara artikel penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah pada sasaran dan konsep penelitiannya. Artikel penelitian tersebut menganalisis mengenai strategi pemerintah Jepang untuk mempromosikan pasar halal di Jepang kepada seluruh dunia untuk memberi kesan bahwa Jepang sebagai negara yang ramah Muslim, sedangkan penelitian ini berfokus pada strategi pemerintah Jepang dalam mengembangkan *halal tourism* khusus untuk menarik wisatawan Indonesia. Selain itu, pada artikel penelitian tersebut hanya menggunakan konsep *State Centered Approach* untuk

menganalisis permasalahan, sedangkan pada penelitian ini menggunakan konsep kepentingan nasional dan konsep *halal tourism*.

- c. Judul : Strategi Diplomasi Publik Jepang dalam Pengembangan *Halal Tourism*

Penulis / Universitas: Andi Dea Amanda / Universitas Hasanuddin

Tahun: 2020

Penelitian tersebut bertujuan untuk melihat strategi diplomasi publik aktor-aktor di Jepang dalam mengembangkan *halal tourism* untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan Muslim mancanegara, serta menganalisis faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pengembangan *halal tourism* di Jepang. Penelitian tersebut menggunakan konsep diplomasi publik, analisis kebijakan, dan *halal tourism*. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa Jepang melakukan beberapa cara dalam mengembangkan *halal tourism*nya, yaitu bekerja sama dengan pemerintah Malaysia dan organisasi *Muslim World League*, menerbitkan sertifikasi halal, melakukan publikasi serta pelayanan *halal tourism*. Hal tersebut juga merupakan strategi diplomasi publik Jepang kepada dunia untuk memberi citra positif sebagai negara ramah Muslim.

Perbedaan antara skripsi tersebut dengan penelitian ini adalah penelitian tersebut membahas mengenai upaya diplomasi publik yang dilakukan oleh Jepang dalam mengembangkan *halal tourism* untuk menarik wisatawan Muslim dunia, salah satunya dengan melakukan kerja sama dengan Malaysia. Sedangkan pada penelitian ini, peneliti berfokus pada strategi pemerintah

Jepang, baik pemerintah pusat dan pemerintah daerah dalam mengembangkan *halal tourism* untuk menarik wisatawan Indonesia. Salah satu strateginya yaitu dengan membangun hubungan dengan Indonesia terkait industri halal. Skripsi tersebut hanya menggunakan data sekunder, sedangkan pada penelitian ini menggunakan data sekunder dan data primer yang penulis dapatkan secara langsung dengan melakukan wawancara dengan WNI yang pernah berkunjung ke Jepang. Selain itu, pada skripsi tersebut menggunakan konsep diplomasi publik, analisis kebijakan, dan *halal tourism* untuk menganalisis permasalahan, sedangkan pada penelitian ini hanya menggunakan dua konsep, yaitu konsep kepentingan nasional dan konsep *halal tourism*.