

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Jepang merupakan salah satu negara maju di benua Asia, tepatnya di wilayah Asia Timur. Pada tahun 2018, Jepang menjadi negara dengan jumlah Produk Domestik Bruto (PDB) terbesar nomor 3 di dunia setelah Amerika Serikat (AS) dan Republik Rakyat Tiongkok (RRT), yakni sebesar US\$ 4.940 miliar (Saragih, 2018). Selain predikatnya sebagai salah satu negara dengan jumlah PDB terbesar, Jepang juga dikenal sebagai negara yang memiliki teknologi canggih, hal ini dapat dilihat dari komoditas ekspor utama Jepang yang berupa perlangkapan transportasi, kendaraan bermotor, semikonduktor, produk elektronik dan bahan-bahan kimia. Setelah maju dalam sektor teknologi industri, Jepang semakin mengembangkan dirinya melalui diplomasi kebudayaan, atau dalam hal ini menggunakan industri pariwisata untuk memperjuangkan kepentingan nasionalnya.

Diplomasi kebudayaan dapat diartikan sebagai usaha suatu negara untuk memperjuangkan kepentingan nasionalnya melalui dimensi kebudayaan, baik secara mikro seperti pendidikan, ilmu pengetahuan, olahraga, dan kesenian, ataupun secara makro sesuai dengan ciri-ciri khas yang utama, misalnya propaganda dan lain-lain, yang dalam pengertian konvensional dapat dianggap sebagai bukan politik, ekonomi, ataupun militer (Kartikasari, 2007). Keinginan Jepang untuk fokus mengembangkan industri pariwisatanya, tentu saja didasari oleh fakta bahwa saat ini pariwisata telah menjadi suatu kebutuhan bagi setiap orang. Kecenderungan manusia yang tidak pernah puas terpaku pada satu tempat menjadikan berwisata sebagai satu satunya pilihan untuk memenuhi kepuasan mobilitas manusia. Ditambah lagi dengan perkembangan teknologi, yang menjadikan kebutuhan berwisata sangatlah mudah. Hal inilah yang kemudian

menyebabkan pesatnya peningkatan industri pariwisata dunia terutama dalam satu dekade terakhir (J.Spillane D. J., 2001).

Selain sebagai solusi untuk memenuhi kebutuhan mobilitas individu, sektor pariwisata juga berperan penting dalam pelestarian dan pengembangan budaya, selain itu pariwisata juga dinilai mampu menjadi motor penggerak perekonomian suatu negara. Hal tersebut didukung oleh pernyataan *The United Nations World Tourism Organization* (UNWTO) bahwa:

“In many countries, tourism acts as an engine for development through foreign exchange earnings and the creation of direct and indirect employment. Tourism contributes 5% of the world’s GDP. It accounts for 6% of the world’s exports in services being the fourthlargest export sector after fuels, chemicals and automotive products. Tourism is responsible for 235 million jobs, or one in every 12 jobs worldwide.”
(UNWTO, 2010)

Pentingnya sektor pariwisata bagi banyak negara digambarkan dengan fakta bahwa pariwisata menyumbang 5% dari jumlah PDB dunia. Selain itu pariwisata menempati posisi ke empat setelah ekspor bahan bakar, bahan kimia dan produk otomotif dalam perdagangan internasional. Hal ini diperkuat dengan pernyataan UNWTO bahwa sektor pariwisata bertanggung jawab dalam 235 juta pekerjaan atau 1 dari setiap 12 pekerjaan di seluruh dunia. Dalam perannya menggalakan pembangunan ekonomi dengan pertumbuhan yang berimbang, sektor pariwisata diharapkan mampu menjadi katalisator untuk mengembangkan sektor – sektor yang lain secara bertahap, dan pertumbuhan ekonomi yang berimbang hanya dapat terjadi sebagai akibat majunya pertumbuhan industri pariwisata yang dikembangkan dengan baik (J.Spillane J. , 2001).

Dalam perkembangan pariwisatanya, Jepang menjadi destinasi wisata luar negeri yang memiliki daya tarik bagi para wisatawan dari berbagai belahan dunia. Jepang dengan kemajuan teknologi dan keunikan budaya tradisionalnya mampu menjadi daya tarik tersendiri bagi para wisatawan asing. Selain itu sistem transportasi Jepang yang maju dan mampu menjangkau seluruh wilayah mampu memudahkan mobilisasi para wisatawan untuk mengelilingi seluruh pelosok negeri Jepang, hal ini tentu saja menjadi nilai tambah bagi para wisatawan yang ingin berkunjung ke Jepang. Keindahan alam dengan 4 musim di Jepang juga menambah pesona negeri Sakura ini, setidaknya ada 22 objek wisata Jepang yang terdaftar dalam *World Heritage* UNESCO, seperti pulau Yakushima, gunung Fujisan, kuil Hiraizumi hingga objek wisata bersejarah seperti Genbaku Dome atau yang biasa dikenal dengan *Hiroshima Peace Memorial* (UNESCO, 2018).

Namun Meskipun Jepang memiliki daya tarik sebagai objek wisata, tidak berarti bahwa jumlah wisatawan asing yang berkunjung ke Jepang melonjak tinggi. Pada kenyataannya terjadi ketimpangan antara jumlah wisatawan asing yang datang ke Jepang dengan jumlah penduduk Jepang yang berkunjung ke luar negeri. Pada tahun 2003 hingga 2012, jumlah wisatawan asing yang berkunjung ke Jepang selalu berada dibawah angka 10 juta. Berbanding terbalik dengan jumlah kunjungan penduduk lokal Jepang keluar negeri yang berada di atas angka 17 juta pada tahun 2012.

Kondisi tersebut disebabkan oleh adanya kebijakan *Kokusaika*, yakni himbuan internasionalisasi masyarakat Jepang melalui kegiatan berpariwisata yang dicanangkan pada tahun 1980, yang kemudian berimplikasi pada jumlah pariwisata *outbound*. Selain daripada itu, faktor internal Jepang juga mempengaruhi, dimana selama ini Jepang menjadi Negara yang *monoethnic* dan *monolingual*. Dimana hal ini memiliki dampak pada Jepang untuk menempatkan prioritas tinggi pada identitas budaya mereka sendiri karena

Jepang memiliki kecenderungan untuk menolak orang dari budaya yang berbeda (Zhang, 2014)

Setelah keterpurukan pariwisata Jepang yang menyebabkan jumlah perekonomian pariwisata stagnan. Maka pada saat ini sektor Pariwisata Jepang mulai mendapatkan perhatian. Pada masa pemerintahan Shinzo Abe periode ke II, industri pariwisata Jepang mengalami peningkatan jumlah wisatawan asing, terutama wisatawan asing dari Asia Tenggara. Tahun 2013 jumlah wisatawan asing dari Malaysia dan Thailand meningkat menjadi 61 persen, yakni berjumlah 630 ribu wisatawan asing. Peningkatan jumlah wisatawan asing dari tahun sebelumnya terjadi setelah adanya pemberlakuan kebijakan bebas visa pada Juli 2013. Selain itu 110 ribu wisatawan Filipina, dan 80 ribu wisatawan Vietnam serta sekitar 140 ribu wisatawan Indonesia, juga tercatat mengunjungi Jepang pada tahun yang sama. Pada tahun tersebut jumlah wisatawan asing Jepang menembus angka 10 juta orang (Jamil, 2014). Dari 10 juta wisatawan tersebut diperkirakan 300.000 diantaranya adalah wisatawan muslim, dan kemungkinan besar jumlah wisatawan Muslim yang berkunjung ke Jepang, akan meningkat menjadi 1.000.000 orang pada tahun 2020. (Crescent Rating, 2014)

Meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan asing di Jepang, tentu saja merupakan suatu prestasi dalam dunia pariwisata Jepang, ditambah dengan jumlah kunjungan wisatawan Muslim yang cukup tinggi menjadi sebuah kepercayaan baru bagi pemerintah Jepang. Perlu diketahui bahwa Jepang bukanlah negara dengan mayoritas Muslim, dimana hubungan Jepang dengan Islam masih terbilang cukup baru bila dibandingkan dengan negara – negara lain nya di dunia. Jepang mulai mengenal Islam sekitar tahun 1987, dimana pada saat itu masyarakat Jepang mengenal Islam sebagai salah satu bagian dari pemikiran agama barat. Pada tahun tersebut biografi Nabi Muhammad SAW mulai diterjemahkan kedalam bahasa Jepang. Hal ini yang kemudian menambah pengetahuan masyarakat Jepang tentang Islam,

namun Islam hanya dikenal sebagai ilmu pengetahuan dan bagian dari sejarah budaya.

Orang Jepang pertama yang memeluk agama Islam adalah Mitsutaro Takaoka yang memeluk Islam pada tahun 1909 dan kemudian mengambil nama Omar Yamaoka setelah ia melakukan ziarah ke daerah Mekah dan Bumpachiro Ariga. Pada tahun tersebut Omar Yamaoka pergi ke India untuk melakukan perdagangan dan kemudian memeluk Islam di bawah pengaruh Muslim lokal disana dan kemudian mengambil nama Ahmad Ariga. Namun, baru-baru ini penelitian mengungkapkan bahwa Torajiro Yamada adalah seorang Muslim Jepang pertama yang berkunjung ke Turki karena bersimpati kepada mereka yang menjadi korban bangkai kapal "Ertugrul". Meskipun demikian, kehidupan komunitas Muslim yang sesungguhnya baru dimulai ketika kedatangan orang-orang Uzbek, Turkoman, Tadjik, Kazakh, Kirghiz dan para pengungsi Muslim Turko-Tatar lainnya yang berasal dari Rusia dan Asia Tengah setelah terjadinya Revolusi Bolshevik pada perang dunia I. Orang-orang Muslim tersebut adalah orang-orang yang telah diberi suaka di Jepang dan kemudian menetap di beberapa kota besar di Jepang. Kemudian orang-orang Muslim tersebut membentuk komunitas Muslim kecil, dimana sejumlah orang Jepang masuk Islam melalui kontak dengan para Muslim tersebut (El-Maghrabi, 1995). Pada tahun 1935, dibangunlah masjid pertama di Jepang yaitu masjid Kobe, disusul tiga tahun kemudian dibangun pula masjid Tokyo sebagai masjid kedua di Jepang.

Saat ini jumlah pemeluk Muslim di Jepang berada di angka 160.000 orang, dimana pada 50 tahun sebelumnya, pemeluk Islam di Jepang hanya mencapai 3.000 orang, meskipun demikian saat ini Islam masih menjadi minoritas di Jepang, dimana Shinto menjadi agama dengan jumlah pemeluk terbesar di Jepang dan Budha berada di posisi kedua setelah Shinto (Sekarwati, 2018). Meskipun Islam menjadi minoritas di Jepang, namun Jepang dikenal sebagai negara

yang ramah dengan kaum Muslim, bukan hanya ramah dalam hal bersosialisasi tetapi juga dalam industri pariwisatanya.

Pada masa pemerintahan perdana menteri Shinzo Abe periode ke II , Industri pariwisata Jepang mulai memperhatikan dan berfokus pada wisatawan muslim dari Asia Tenggara, hal ini tentu saja bukan tanpa alasan, sebab diketahui Asia Tenggara merupakan wilayah yang memiliki populasi muslim cukup tinggi. Pada tahun 2010, diperkirakan jumlah pemeluk Islam di Asia Tenggara mencapai angka 244.446.206 orang, dengan Indonesia, Malaysia, dan Brunei menjadi negara dengan mayoritas penduduknya beragama Islam dan pada tahun 2020 jumlah pemeluk Islam di Asia Tenggara diprediksi akan meningkat menjadi 274,881,165 (Kettani, 2009). Jumlah Populasi Muslim di Asia Tenggara yang cukup tinggi dan terus meningkat di setiap tahunnya menjadi peluang besar bagi Jepang untuk terus meningkatkan dan mengembangkan bisnis pariwisatanya agar dapat lebih banyak menarik wisatawan Muslim terutama dari Asia Tenggara.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang dapat disimpulkan adalah : Bagaimana Strategi Jepang untuk menarik wisatawan Muslim Asia Tenggara ?

C. Landasan Teoritik

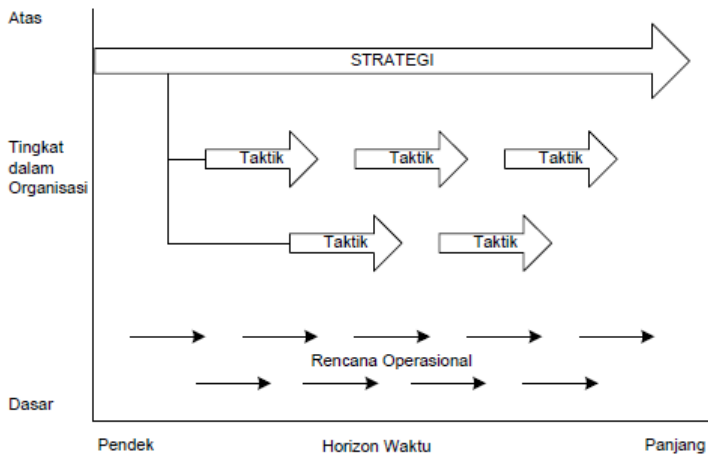
Untuk Menganalisa masalah yang ada dan membuktikan hipotesa yang ada maka penulis menggunakan teori acuan sebagai berikut :

1. Strategi dan Taktik

Strategi merupakan istilah yang sudah lazim digunakan oleh masyarakat untuk menggambarkan sebuah rencana, taktik ataupun cara untuk mencapai keinginan. Strategi dan taktik sering kali disandingkan dalam satu kalimat, bahkan tak jarang strategi disama artikan dengan taktik. Namun meskipun kerap kali dianggap memiliki makna yang sama, pada faktanya

strategi dan taktik memiliki definisi yang berbeda, menurut Dracker dalam Wahyudi (1996) “ *strategi adalah mengerjakan sesuatu yang benar (doing the right things) sedangkan taktik adalah mengerjakan sesuatu dengan benar (doing the things right)*” (Nugraha, 2014).

Menurut Karl Von Clausewitz, strategi merupakan suatu seni menggunakan pertempuran untuk memenangkan suatu perang sedangkan taktik adalah seni menggunakan tentara dalam sebuah pertempuran. Dalam bisnis, taktik merupakan sekumpulan program-program kerja yang dibentuk untuk melengkapi strategi bisnis (Wahyudi, 1996) sebagaimana dijelaskan pada gambar 1.2 dibawah ini:



Gambar 1.1 : Perbedaan Strategi dan Taktik
 Sumber (Wahyudi, 1996)

Perbedaan antara strategi dan taktik menurut Peter Drucker dan Karl Von Clausewitz , adalah seperti pada tabel 1.2 dibawah ini :

Tabel 1.1 : Beberapa Perbedaan antara Strategi dan Taktik

Strategi	Taktik
1. Apa yang harus dikerjakan	1. Bagaimana cara mengerjakannya
2. Mengerjakan atau melakukan sesuatu yang benar	2. Mengerjakan sesuatu dengan cara yang benar
3. Pertempuran sebagai cara untuk memenangkan peperangan	3. Menggunakan tentara sebagai cara untuk memenangkan pertempuran

Sumber : (Wahyudi, 1996)

Pemilihan strategi dan taktik sebagai landasan teoritik dari penulisan skripsi ini didasari oleh fakta bahwa Jepang sebagai negara minoritas Muslim, harus memiliki strategi dan taktik tersendiri untuk mampu menerapkan kebijakan pariwisata halal di negaranya, dan mampu menarik minat wisatawan Muslim untuk berkunjung. Pada kenyataannya, pariwisata halal menjadi industri pariwisata baru yang digemari dan telah banyak diterapkan di negara lain, baik itu negara dengan mayoritas Muslim, maupun non Muslim. Namun meskipun demikian, setiap negara memiliki strategi masing-masing dalam menarik wisatawan asing ke negaranya, khususnya wisatawan asing. Begitu pula dengan Jepang yang juga memiliki strategi tersendiri untuk menarik minat wisatawan Muslim Asia Tenggara untuk berkunjung ke negaranya.

2. *Halal Tourism*

Halal Tourism secara global memiliki beberapa istilah lain seperti *Islamic Tourism*, *Muslim Friendly Tourism* atau wisata syariah. Menurut Carboni et al. (2014) dalam artikel yang ditulis oleh Mohamed Battour dan Mohd Nazari Ismail menyebutkan bahwa pengertian dari *Islamic Tourism* ialah pariwisata yang sesuai dengan Islam, yang melibatkan orang – orang muslim yang tertarik untuk menjaga kebiasaan agama mereka saat berpergian, selain itu *islamic tourism* tidak hanya dibatasi untuk tujuan agama dan tidak hanya mencakup negara- negara muslim saja (Mohamed Battour, 2015).

Selain itu konsep *Halal Tourism* berakar dari konsep “halal”, dimana kata halal berasal dari bahasa Arab yang berarti “dijijinkan” atau “dibolehkan”. Menurut El Gohary, (2016) dalam artikel yang ditulis oleh Lufi Wahidati dan Eska Nia Sarinastiti menyebutkan bahwa dalam Islam, konsep halal tidak hanya berkaitan dengan produk makanan atau minuman, melainkan lebih jauh mencakup semua aspek dalam kehidupan orang islam, baik laki-laki maupun perempuan. Konsep ini mengharuskan umat Islam untuk hanya mengonsumsi produk yang diperbolehkan sesuai ajaran agama Islam, termasuk produk makanan/minuman, perbankan dan finansial, pariwisata, kosmetik, pekerjaan, dan lain – lain (Lufi Wahidati, 2018).

Secara lebih jelas dijelaskan bahwa wisata halal adalah obyek atau industri pariwisata apa pun yang diperbolehkan di dalam ajaran Islam untuk digunakan oleh kaum Muslim. Definisi tersebut mempertimbangkan hukum Islam (syariat) sebagai dasar memberikan produk dan layanan pariwisata kepada pelanggan yang beragama Islam, seperti hotel halal (hotel syariah), resort halal, restoran halal, dan perjalanan halal. Definisi tersebut juga menggambarkan bahwa lokasi pariwisata tidak hanya terbatas pada dunia muslim saja, tetapi

juga termasuk pelayanan dan produk yang dirancang untuk wisatawan Muslim di negara-negara Muslim ataupun non muslim. Lebih lanjut definisi tersebut menganggap bahwa tujuan perjalanan bukan hanya tujuan religius saja, tetapi juga tujuan pariwisata secara umum (Mohamed Battour, 2015).

Dipilihnya *Halal Tourism* sebagai landasan teoritik atau kerangka konseptual dari skripsi ini, tidak terlepas dari fakta bahwa untuk menarik wisatawan Muslim dengan menggunakan kebijakan *halal tourism* maka negara harus paham secara mendetil mengenai konsep yang kan diterapkan tersebut.

D. Hipotesa

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, penulis dapat menarik hipotesa atau jawaban sementara sebagai berikut: Strategi Jepang untuk menarik wisatawan Muslim Asia Tenggara adalah dengan cara:

1. Menggunakan *Omottenashi* sebagai konsep pelayanan *halal tourism* di Jepang.
2. Mengembangkan Fasilitas *halal tourism* sesuai dengan kebutuhan wisatawan Muslim, tanpa meninggalkan ornamen kebudayaan Jepang.
3. Bekerja sama dengan lembaga sertifikasi halal Jepang yang diakui secara internasional ,untuk menjamin kualitas dan kehalal-an produk – produk Jepang sebagaimana yang disyariatkan dalam Islam.

E. Jangkauan Penelitian

Pada penelitian ini penulis berfokus pada data antara tahun 2013 – 2017 dengan beberapa alasan :

1. Kebijakan *Halal Tourism* mulai serius dikembangkan di Jepang pada periode ke II Pemerintahan Perdana Menteri Shinzo Abe tepatnya tahun 2013.
2. Kebijakan *Halal Tourism* semakin berkembang pesat di Jepang pada tahun 2017, terbukti dengan

banyaknya peningkatan jumlah tempat ibadah dan restoran bersertifikasi halal serta produk halal lainnya yang disediakan bagi wisatawan muslim.

F. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Memenuhi syarat untuk mendapatkan gelar sarjana Ilmu Hubungan Internasional di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Mengimplementasikan Ilmu pengetahuan yang telah didapat penulis selama menempuh pendidikan Ilmu Hubungan Internasional melalui studi kasus “Strategi Jepang Menerapkan *Halal Tourism* untuk Menarik Wisatawan Muslim Asia Tenggara “.
3. Menjelaskan mengenai *Halal Tourism* sebagai konsep baru dalam industri pariwisata.
4. Menjelaskan mengenai strategi Jepang sebagai negara minoritas Muslim yang menerapkan *Halal Tourism* sebagai kebijakan pariwisata di negaranya.
5. Memperkaya referensi pengetahuan di program studi Ilmu Hubungan Internasional Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, terutama dalam mata kuliah yang terkait, yakni Politik dan Pemerintahan Jepang, Masalah Dunia Islam dan Diplomasi Kebudayaan.

G. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritik
 - a. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi berupa referensi keilmuan dalam bidang Ilmu Hubungan Internasional tentang strategi pariwisata halal.
 - b. Sebagai bahan acuan dan referensi untuk penelitian sejenis di masa yang akan datang.

2. Manfaat Praktis

Manfaat Praktis dari penelitian ini adalah hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman kepada para praktisi ataupun pengusaha sebagai referensi dalam meningkatkan industri pariwisata terutama dalam sektor pariwisata halal.

H. Metode Penelitian

Dalam melakukan penelitian terkait “Kebijakan *Halal Tourism* Sebagai Strategi Pariwisata Jepang di Asia Tenggara Pada Periode ke II pemerintahan Shinzo Abe”, penulis menggunakan metode deskriptis analitis atau yang biasa dikenal dengan studi pustaka.

Studi pustaka merupakan langkah awal dalam metode pengumpulan data. Studi pustaka merupakan metode pengumpulan data yang diarahkan kepada pencarian data dan informasi melalui dokumen-dokumen, baik dokumen tertulis, foto-foto, gambar, maupun dokumen elektronik yang dapat mendukung dalam proses penulisan.”Hasil penelitian juga akan semakin kredibel apabila didukung foto-foto atau karya tulis akademik dan seni yang telah ada.”(Sugiyono,2005:83).

Metode deskriptif digunakan untuk melukiskan secara sistematis fakta atau karakteristik populasi tertentu ataupun bidang tertentu, dalam hal ini bidang secara aktual dan cermat. Metode ini menitikberatkan pada observasi dan suasana alamiah (Jatmika, 2016).

I. Sistematika Penulisan

Dalam penyusunan skripsi ini, terdapat 5 bab besar atau garis besar yang menjelaskan mengenai topik skripsi. Kemudian terdapat pula sub bab – sub bab untuk lebih memperinci penjelasan dari bab – bab besar yang sebelumnya. Hubungan antar bab didalam skripsi ini disusun secara sistematis agar lebih memudahkan pembaca untuk memahami isi skripsi, sebagaimana berikut :

BAB I atau pendahuluan berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, landasan teori, hipotesa, jangkauan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II Berisi tentang penjelasan mengenai dinamika hubungan Jepang dan Asia Tenggara terutama dalam bidang ekonomi dan pariwisata.

BAB III Berisi tentang penjelasan mengenai *halal tourism* sebagai konsep baru dalam industri pariwisata, beserta karakteristik dan unsur-unsurnya.

BAB IV Berisi tentang penjelasan mengenai strategi Jepang dalam menerapkan *halal tourism* untuk menarik wisatawan muslim Asia Tenggara dari tahun 2013-2017 beserta keefektifan strategi tersebut. Strategi tersebut antara lain: 1) Menggunakan *Omotenashi* sebagai konsep pelayanan *halal tourism* di Jepang, 2) Mengembangkan Fasilitas *halal tourism* sesuai dengan kebutuhan wisatawan Muslim, tanpa meninggalkan ornamen kebudayaan Jepang, 3) bekerja sama dengan lembaga sertifikasi halal Jepang yang diakui secara internasional, untuk menjamin kualitas dan kehalalan produk – produk Jepang sebagaimana yang disyariatkan dalam Islam.

BAB V Berisi kesimpulan skripsi yang telah dijabarkan dari bab I sampai bab IV yang juga menjadi bagian akhir dari skripsi ini, serta berisi mengenai mata kuliah program studi Ilmu Hubungan Internasional, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, yang relevan atau terkait dengan penelitian ini.