

BAB II.

PERKEMBANGAN PARIWISATA DI JEPANG

Bab ini akan menjelaskan tentang perkembangan pariwisata di Jepang, potensi-potensi dan langkah pemerintah dalam mendukung pariwisatanya di Jepang.

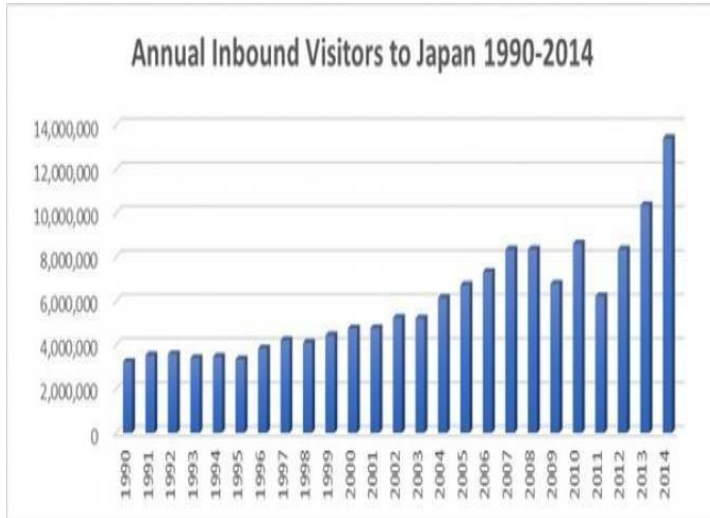
2. 1 Perkembangan Pariwisata Jepang

Jepang yang merupakan negara yang mengalami kekalahan di Perang Dunia II berusaha untuk bangkit. Terlebih lagi dua kota yang merupakan kota penting dalam pertumbuhan ekonomi Jepang yaitu Hiroshima dan Nagasaki hancur akibat bom atom yang dilakukan Amerika Serikat sebagai aksi balasan akibat penyerangan Jepang ke Pearl Harbour. Jepang membutuhkan waktu kurang lebih 30 tahun untuk dapat memulihkan perekonomian Jepang pasca kejadian tersebut. Pasca Perang Dunia II Jepang dikenal dunia dengan negara yang tidak hanya maju dalam bidang ekonomi dan teknologi, akan tetapi Jepang juga terkenal maju dalam bidang pariwisata sebagai perwujudan perkembangan kebudayaan. Akibat majunya Jepang dalam bidang pariwisata, Jepang kemudian diminati oleh negara lain sebagai negara destinasi wisata. Jepang juga beranggapan bahwa di sektor pariwisata Jepang dapat memperkuat perekonomian negara Jepang dalam hal menambah devisa negara.

Jumlah Wisatawan asing yang berkunjung ke negara Jepang mengalami peningkatan seiring berkembangnya waktu. Munculnya tren berpariwisata sejalan dengan berkembangnya teknologi komunikasi, membuat pariwisata Jepang semakin menuju ke tren positif. Jepang sendiri menempati peringkat ke-28 di dunia dan ke-6 di Asia dalam *Top International Tourist Destination* dengan kurang lebih sekitar 8,5 juta wisatawan asing pada tahun 2008. Terdapat kenaikan turis sebanyak 13,8% dari tahun sebelumnya 2007 (JNTO).

Pariwisata Jepang modern mulai muncul pada tahun 1964 pada saat Olimpiade Tokyo. Kemudian jumlah wisatawan yang berkunjung ke Jepang mengalami

peningkatan dari tahun-ketahun seiring dengan menguatnya nilai tukar Yen terhadap Dollar di tahun 1973 (Taicho, 52). Peningkatan pariwisata Jepang terus terjadi pada tahun 1990-an, dimana pada tahun tersebut wisatawan asing yang berkunjung mencapai 1,2 juta jiwa. Peningkatan ini terus terjadi hingga mencapai 4,2 juta jiwa pada tahun 1997. Namun pada tahun selanjutnya terjadi penurunan kunjungan wisatawan asing akibat terjadinya resesi ekonomi pada tahun 1998 (BBC News, 1997). Meskipun sebelumnya pariwisata Jepang mengalami penurunan namun terjadi peningkatan kembali pada tahun 1999 sebesar 8,1%. Peningkatan jumlah wisatawan asing yang berkunjung ke Jepang mengalami peningkatan yang stabil dari tahun-ketahun hingga muncul wabah SARS yang menimpa Jepang pada tahun 2003 (BBC News, 1997). Hal ini mengakibatkan penurunan jumlah wisatawan asing yang berkunjung ke Jepang sebesar 0,5%. Junichiro Koizumi selaku Perdana Menteri Jepang kala itu kemudian membuat *Visit Japan Campaign* sebagai salah satu solusi untuk menangani masalah yang sedang terjadi tersebut. Tujuan dari kampanye ini adalah untuk mengenalkan Jepang terutama sektor budaya mereka ke seluruh dunia dengan cara mengunjungi Jepang.



Based on JNTO data

Sumber: *JNTO (Japan National Tourism Organization)*

1. Gambar 2.1 Kunjungan wisatawan asing ke Jepang

Berdasarkan tabel diatas, Jepang mengalami peningkatan jumlah kunjungan wisatawan asing sebanyak 17,8% di tahun 2004 pasca diterapkannya *Visit Japan Campaign*. Jepang mengalami penurunan jumlah wisatawan yakni pada tahun 2009 dan 2011, dimana pada tahun 2009, terdapat penurunan wisatawan asing sebesar 18,7% yang diakibatkan oleh resesi ekonomi yang dialami Amerika Serikat yang berakibat juga pada kenaikan harga minyak dunia (Teguh,51-52). Sedangkan pada tahun 2011, alasan penurunan kunjungan wisatawan asing adalah akibat bencana tsunami yang melanda Jepang. Penurunan tersebut sebesar 27,8% dibandingkan dengan tahun sebelumnya.

Banyak faktor yang mengakibatkan banyak wisatawan asing maupun lokal berkunjung ke lokasi-lokasi pariwisata Jepang. Jepang menawarkan variasi wisata yang dapat dinikmati wisatawan asing maupun lokal. Wisata seperti kuil-

kuil kuno, ibu kota kerajaan kuno di Kyoto dan Museum Yasukuni merupakan salah satu lokasi pariwisata yang diminati wisatawan yang berkunjung ke Jepang. Selain itu bagi wisatawan asing yang menikmati wisata alam, Jepang menawarkan Gunung Fuji sebagai objek wisata alam yang dapat dinikmati wisatawan asing maupun luar. Bagi wisatawan yang menyukai Jepang dikarenakan kemajuan teknologinya juga dapat menikmati objek wisata modern seperti pemandangan di malam hari kota-kota besar di Jepang dengan gemerlap lampu neon, selain itu pusat perbelanjaan khusus perangkat elektronik juga menjadi salah satu lokasi yang menjadi daya tarik bagi wisatawan. Jepang juga menawarkan wisata kuliner khas Jepang mulai dari kuliner yang bernuansa tradisional hingga modern. Pariwisata Jepang tidak habis situ saja melainkan Jepang juga menawarkan wisata yang bertemakan produk-produk budaya pop seperti *anime* dan *manga* seperti *cafe* yang bertemakan *Naruto* yang merupakan tokoh manga, dan lain sebagainya.

2. 2 Pengertian Wisatawan dan Pertumbuhan Wisatawan Jepang

Menurut Undang-Undang No. 10 Tahun 2009, wisatawan merupakan orang-orang yang melakukan kegiatan wisata. Jadi menurut pengertian ini semua orang yang melakukan perjalanan wisata dinamakan wisatawan. Selama perjalanan itu bukan untuk menetap dan tidak untuk mencari nafkah di tempat yang dikunjungi.

Pacific Area Travel Association memberi batasan bahwa yang disebut wisatawan merupakan orang-orang yang sedang mengadakan perjalanan dalam jangka waktu kurang lebih 24 jam dan maksimal 3 bulan di dalam suatu negeri yang bukan negeri dimana biasanya orang itu tinggal, mereka ini meliputi:

- a. Orang-orang yang sedang mengadakan perjalanan untuk bersenang-senang, untuk keperluan pribadi atau untuk keperluan kesehatan.

- b. Orang-orang yang sedang mengadakan perjalanan untuk bisnis, pertemuan, konferensi, musyawarah atau sebagai utusan berbagai badan/ organisasi.
- c. Pejabat pemerintahan dan militer beserta keluarganya yang ditempatkan di negara lain tidak termasuk kategori ini, tetapi bila mereka mengadakan perjalanan ke negeri lain, maka dapat di golongan wisatawan (Pendit,1994).

Wisatawan dapat dibedakan lagi menjadi :

- a. Wisatawan internasional (Mancanegara) adalah orang yang melakukan perjalanan wisata diluar negerinya dan wisatawan didalam negerinya.
- b. Wisatawan Nasional (Domestic) adalah penduduk Jepang yang melakukan perjalanan di wilayah Jepang diluar tempatnya berdomisili, dalam jangka waktu sekurang-kurangnya 24 jam atau menginap kecuali kegiatan yang mendatangkan nafkah ditempat yang dikunjungi (Pendit,1994:39).

2. 3 Pengembangan Pariwisata di Jepang

Suatu obyek pariwisata harus memenuhi tiga kriteria agar obyek tersebut diminati pengunjung, yaitu:

- a. *Something to see* adalah obyek wisata tersebut harus memiliki unsur yang dapat dilihat atau menjadi tontonan bagi pengunjung wisata. Dengan kata lain Obyek tersebut harus memiliki daya tarik sendiri yang dapat menarik minat pengunjung untuk berkunjung di obyek wisata tersebut.
- b. *Something to do* adalah dimana obyek wisata tersebut memiliki unsur dimana wisatawan yang melakukan pariwisata *disana* dapat melakukan sesuatu yang dapat memberikan perasaan senang, bahagia, rileks berupa fasilitas rekreasi baik itu arena bermain ataupun tempat makan, terutama makanan khas dari tempat tersebut sehingga mampu membuat wisatawan lebih betah untuk tinggal disana.
- c. *Something to buy* adalah fasilitas untuk wisatawan berbelanja yang pada umumnya adalah cirikhas atau

menjadi *icon* dari daerah tersebut, sehingga bisa dijadikan oleh-oleh. (Yoeti, 1985:164).

Kemudian dalam pengembangan pariwisata perlu ditingkatkan langkah-langkah yang strategis dan terpadu terutama mengenai pendidikan tenaga tenaga kerja dan perencanaan pengembangan fisik. Kedua aspek tersebut hendaknya saling terkait sehingga pengembangan tersebut menjadi realistis dan proporsional. Agar obyek wisata dapat dijadikan sebagai salah satu obyek wisata yang dapat menjadi daya tarik bagi wisatawan, maka faktor yang sangat menunjang adalah kelengkapan dari sarana dan prasarana obyek wisata tersebut. Karena sarana dan prasarana merupakan unsur penting untuk pengembangan obyek wisata. Menurut Yoeti dalam bukunya Pengantar Ilmu Pariwisata (1985:181), mengatakan : “prasarana kepariwisataan adalah semua fasilitas yang memungkinkan agar sarana kepariwisataan dapat hidup dan berkembang sehingga memberikan pelayanan untuk memuaskan kebutuhan wisatawan yang beraneka ragam”. Prasarana pariwisata tersebut antara lain :

- 1) Perhubungan : jalan raya, rel kereta api, pelabuhan udara dan laut, terminal;
- 2) Instalasi pembangkit listrik dan instalasi air bersih;
- 3) Sistem telekomunikasi, meliputi telepon, telegraf, radio, televisi, kantor pos;
- 4) Pelayanan kesehatan meliputi puskesmas maupun rumah sakit;
- 5) Pelayanan keamanan meliputi pos satpam penjaga obyek wisata maupun pos-pos polisi untuk menjaga keamanan di sekitar obyek wisata;
- 6) Pelayanan wisatawan berupa pusat informasi ataupun kantor pemandu wisata;
- 7) Pom bensin (Yoeti, 1984:183).

Sarana kepariwisataan adalah perusahaan-perusahaan yang memberikan pelayanan kepada wisatawan, baik secara langsung maupun tidak langsung dan hidup serta kehidupannya tergantung pada kedatangan wisatawan (Yoeti,1984,p.184). Sarana kepariwisataan tersebut adalah:

- 1) Perusahaan akomodasi : hotel, losmen, bungalow;
- 2) Perusahaan transportasi : pengangkutan udara, laut atau kereta api dan bus-bus yang melayani khusus pariwisata saja;
- 3) Rumah makan, restaurant, depot atau warung-warung yang berada di sekitar obyek wisata dan memang mencari mata pencaharian berdasarkan pengunjung dari obyek wisata tersebut;
- 4) Toko-toko penjual cinderamata khas dari obyek wisata tersebut yang notabene mendapat penghasilan hanya dari penjualan barang-barang cinderamata khas obyek wisata tersebut dll (Yoeti,1985:185-186).

Untuk memaksimalkan pembangunan pada sebuah obyek wisata, diperlukan sarana dan prasarana yang baik sehingga dapat memberikan kenyamanan pada wisatawan yang berkunjung dan betah untuk melakukan wisata disana yang kemudian menghasilkan peningkatan ekonomi baik untuk komunitas disekitar obyek wisata tersebut maupun pemerintah daerah.

2. 4 Fasilitas Pariwisata Di Jepang

Terdapat langkah-langkah yang dapat diambil untuk meningkatkan kualitas destinasi pariwisata, pembangunan pariwisata diarahkan melalui:

- 1) Pengembangan infrastruktur dan ekosistem kepariwisataan antara lain meliputi perancangan destinasi pariwisata (kawasan strategis pariwisata nasional dan kawasan pengembangan pariwisata nasional), peningkatan aksesibilitas, atraksi, amenities, dan ekosistem pariwisata;
- 2) Pengembangan destinasi wisata alam, budaya, dan buatan yang berdaya saing antara lain meliputi pengembangan wisata kuliner dan spa, wisata sejarah dan religi, wisata tradisi dan seni budaya, wisata perdesaan dan perkotaan, wisata bahari, wisata ekologi dan petualangan, kawasan wisata, serta wisata konvensi, olahraga dan rekreasi;

- 3) Peningkatan tata kelola destinasi pariwisata dan pemberdayaan masyarakat antara lain meliputi tata kelola destinasi pariwisata prioritas dan khusus, internalisasi dan pengembangan sadar wisata, dan pengembangan potensi masyarakat dibidang pariwisata (Kemenpar, 2016).

Pembangunan infrastruktur ditujukan sebagai fasilitas ditujukan sebagai fasilitas penunjang bagi wisatawan agar memudahkan mengakses destinasi wisata yang ada di Jepang. Fasilitas berupa pembangunan bandara, jalan tol serta pelabuhan-pelabuhan dapat menjadi daya tarik wisatawan untuk berkunjung ke Jepang. Selain itu akomodasi berupa hotel dan penginapan juga dinilai sangat penting dalam mensukseskan sektor pariwisata. Selain hotel dan infrastruktur jalan, alat transportasi sebagai sarana wisatawan yang berkunjung ke Jepang juga diperhatikan. Pelayanan yang optimal tersebut dapat memudahkan para wisatawan dalam melakukan perjalanan ke destinasi-destinasi yang dituju.

2. 5 Jenis-Jenis Pariwisata yang di Tawarkan Jepang

Jepang yang memiliki peninggalan sejarah yang begitu banyak meninggalkan begitu banyak wrisan budaya baik tradisional maupun yang sudah berkembang menjadi modern. Hal tersebut tentunya menjadi keuntungan bagi Jepang untuk dapat memanfaatkan warisan yang ditinggalkan oleh leluhur dan di olah menjadi obyek wisata yang dapat dinikmati baik wisatawan lokal maupun internasional. Terdapat tempat-tempat atau obyek yang digunakan pemerintah Jepang sebagai obyek wisatanya.

1. Kuil Shinto dan Kuil Budha , Taman

Jepang memiliki kuil-kuil budha yang megah, dan kuil-kuil budha yang mengandung esesnsi keagungan dari arsitektur yang dimilikinya. Jepang juga meiliki Kuil Shinto yang otentik yang berlokasi di tengah-tengah hutan yang hijau. Bahkan kuil-kuil Shinto tersebut tidak hanya terletak di daerah-daerah melainkan kota-kota besar seperti Osaka

dan Tokyo juga merupakan tempat berdirinya kuil-kuil Shinto yang merupakan tempat ibadah mayoritas penduduk Jepang yang menganut agama Shinto. Banyak diantaranya yang berumur lebih dari 1.000 tahun. Shinto merupakan agama kuno dan asli Jepang yang memberi penekanan pada pemujaan nenek moyang dan keharmonisan dengan alam. Kemudian Agama Budha yang dibawa dari Benua Asia pada abad ke-6 mengajarkan pencerahan dan penyelamatan jiwa. Keduanya merupakan sumber inspirasi dari masyarakat Jepang yang berpengaruh pada unsur budaya dan keindahannya hingga saat ini.

Selain bangunan kuil, patung Budha yang ada didalamnya serta taman-taman yang memiliki keindahan arsitektur menjadi karya seni yang sangat indah. Taman-taman Jepang telah dikenal dunia sebagai tiruan keindahan alam yang berkelas dan semuanya diletakkan di dalam ruang yang terbatas. Menikmati keindahan taman-taman Jepang ketika sedang berkunjung di kuil-kuil Shinto dapat menenangkan pikiran dari hiruk pikuk dunia. Bahkan dari sejak dahulu kala, ziarah ke kuil Shinto dan Budha telah menjadi pelopor pariwisata bagi masyarakat Jepang dan daya tarik wisatawan asing untuk berkunjung ke negara Jepang.

2. Alam, Pemandangan Pedesaan

Bagi para wisatawan yang menyukai pariwisata bertemakan keindahan alam dan pedesaan, Jepang merupakan destinasi yang tepat. Shirakawa-go merupakan desa yang berada jauh di dalam pegunungan, yang terkenal dengan rumah petaninya yang bergaya “gasho-zukuri” yang unik. Selain itu bagi wisatawan dapat menikmati hamparan sawah yang terbentang indah selama mengunjungi area pedesaan. Jepang dikenal akan pembudidayaan padi yang telah dimulai Jepang lebih dari 2.000 tahun lalu, sehingga Jepang sangat berpengalaman dengan pengolahan lahan padi atau persawahan. Beragam musim yang dimiliki negara Jepang memberikan keuntungan bagi negara Jepang untuk

mengolah wisata alamnya menjadi unik dan indah. Salah satunya adalah ketika awal musim panas, sawah-sawah berkilau dengan warna hijau segar akibat padi muda yang ditanam rapi disawah yang dipenuhi air. Pada musim gugur, sawah-sawah mengering dan berubah menjadi hamparan warna keemasan saat padi telah menua dan menguning. Hal ini dapat menjadi gambaran Jepang dimasa lalu.

Selain itu wisatawan dapat menikmati festival-festival daerah, pertunjukan seni dan kerajinan tangan, bahkan hidangan lokal yang penuh dengan citra rasa lokal. Keunggulan dari pariwisata ini adalah para wisatawan dapat berkomunikasi langsung dengan warga lokal dengan keramahannya.

Selain wisata pedesaan, wisatawan juga dapat menikmati pemandian air panas yang masih alami, dan menikmati keindahan alam sekitarnya. Salah satu pemandian air panas yang terkenal adalah Jigokudani Onsen. Kera-kera senang berendam di pemandian airpanas terbuka ini sehingga menjadi daya tarik lain bagi wisatawan untuk menikmati pemandian air panas yang alami bersama kera-kera.

Selain pemandian air panas alami, wisatawan yang menikmati wisata alam yang lebih ekstrim, wisatawan dapat menikmati mendaki Gunung Fuji atau hanya sekedar meandangi dari kejauhan. Puncak Gunung Fuji yang anggun merupakan obyek wisata yang banyak diminati wisatawan asing maupun lokal dan menjadi salah satu wisata yang paling populer di Jepang.

3. Festival-festival Jepang

Jepang merupakan negara yang memiliki letak geografis yang mengakibatkan negara Jepang untuk memiliki empat musim. Di lihat dari latar belakang masyarakat Jepang yang sangat mencintai budayanya, tidak di pungkiri akan banyak pelaksanaan perayaan budaya oleh masyarakatnya. Terlebih lagi dengan empat musim yang dimiliki Jepang tentunya menambah daftar

perayaan "matsuri" yang bisa menjadi pilihan wisatawan asing untuk dinikmati. Beberapa contoh festival yang dapat dinikmati wisatawan selama berkunjung di Jepang seperti, Awara Odori yang merupakan festival tari rakyat yang diadakan di Tokushima, Pulau Shikoku, kemudian ada Gion Matsuri yang merupakan festival yang menandakan tibanya musim panas di Kyoto. Puncak dari festival ini adalah iring-iringan kendaraan hias beroda yang besar. Kemudian Sanja Matsuri yaitu festival yang menampilkan pawai "mikoshi" atau tiruan kuil Shinto yang dapat diangkut.

Wisatawan memiliki banyak pilihan festival yang dapat diikuti yang dapat disesuaikan dengan jadwal dari para wisatawan itu sendiri.

4. Museum, Galeri Seni

Jepang adalah negara yang memiliki kemegahan dan keindahan alam sendiri dengan keunikan di setiap musimnya mengakibatkan orang Jepang memiliki rasa estetika yang tinggi. Karya seni dan kerajinan Jepang bercirikan pada kehalusan dan ketelitian, dan dikenal dengan keindahannya yang elegan. Perkembangan seni Jepang yang sudah ribuan tahun ini bahkan mempengaruhi para impresionis Perancis, patung Budha yang memiliki gambaran wajah yang penuh akan welas asih, kerajinan tradisional seperti vernis, tembikar, dan tekstil, hingga mempengaruhi baju perang dan pedang yang digunakan para prajurit dahulu kala, hingga seni yang paling modern.

Oleh karena itu, Jepang memiliki beragam beragam museum yang tersebar di seluruh daerah di Jepang. Para wisatawan asing tidak akan sulit untuk menemukan museum dan galeri seni yang memiliki cita rasa lokal saat sedang berkunjung ke Jepang. Para wisatawan asing bisa mempelajari sejarah Jepang melalui museum dan galeri-galeri seni yang di pajang selama berkunjung di Jepang.

Beberapa museum yang bisa dikunjungi para wisatawan asing saat berkunjung ke Jepang seperti *The Tokyo National Museum* yang merupakan museum terbesar

di Jepang yang memamerkan lebih dari 80.000 benda koleksinya. Selain itu terdapat *The Japan Folk Crafts Museum* yang dimana bertempat di sebuah rumah tradisional Jepang dan memamerkan kerajinan rakyat Jepang yang antik. Selain itu ada *Tokaido Hiroshige Art Museum* yang koleksinya berpusat pada karya-karya Hiroshige Utagawa, pelukis Ukiyoe yang terkemuka di Jepang.

5. Seni Pertunjukan Tradisional, Kegiatan Budaya

Jepang juga memiliki pertunjukan tradisional yang dapat dibanggakannya kepada seluruh dunia. Salah satu contoh dari pertunjukan tradisional tersebut adalah Kabuki. Ditampilkan di sebuah panggung yang penuh warna dan megah, Kabuki sendiri menampilkan drama yang menyentuh lubuk hati masyarakat Jepang dan semua orang yang menyaksikannya. Selain kabuki, Jepang juga memiliki Teater Noh yang diberi sentuhan mewah memancarkan dunia “Yugen”, yaitu nilai estetika yang dalam, yang berdasarkan keindahan yang agung dan elegan di luar jangkauan kata-kata dan bentuk-bentuk kongrit.

Kegiatan budaya tradisional seperti upacara minum teh dan merangkai bunga “ikebana” juga di suguhkan oleh para wisatawan yang berkunjung ke Jepang. Kegiatan ini lebih dari sekedar kegiatan yang menonjolkan ketrampilan, melainkan mengandung “cara-cara” spiritual dalam mencari nilai-nilai tradisional, yaitu “wabi” (keheningan yang anggun) dan “sabi” (keanggunan kuno dengan ketenangan). Banyak fasilitas yang menawarkan pengalaman langsung upacara minum teh, ikebana bahkan para wisatawan dapat belajar bagaimana memakai “kimono” (pakaian tradisional Jepang).

6. Arsitektur

Jepang adalah negara yang masih menyimpan dan memelihara bangunan-bangunan bersejarah peninggalan masa lalu yang dapat dilihat para wisatawan yang berkunjung ke Jepang. Wisatawan dapat menemukan

bangunan-bangunan tradisional tersebut di seluruh Jepang, termasuk yang berada di ibukota kuno, Nara, Kyoto dan Kamakura. Masyarakat Jepang sangat menjunjung tinggi keharmonisan dan keselarasan dengan lingkungan alam sekitarnya yang tercermin dari arsitektur bangunan tradisional Jepang. Seiring berkembangnya zaman arsitektur Jepang mengalami perkembangan ke arah yang lebih modern tanpa menghilangkan inti dari keselarasan dan keharmonisan dengan lingkungan alam dan sekitarnya (JNTO).

2. 6 Upaya Pemerintah Jepang Dalam Mendukung Pariwisata Jepang

Banyaknya sektor budaya Jepang yang dapat dikembangkan pemerintah untuk memperkuat sektor pariwisata Jepang, mengakibatkan pemerintah perlu untuk turut andil dalam proses pengembangan potensi pariwisata tersebut. Sehingga pemerintah Jepang perlu membuat kebijakan atau program-program yang dapat mendukung perkembangan dan keberhasilan proyek tersebut. Tentunya pemerintah Jepang sudah melihat potensi besar yang ada sebelum akhirnya mendukung secara penuh program tersebut. Di bawah ini merupakan program-program yang di rasa pemerintah Jepang berpotensi untuk meningkatkan minat wisatawan asing untuk dapat berkunjung dan menikmati wisata Jepang:

1. *World Cosplay Summit*

Event World Cosplay Summit tentunya tidak bisa lepas dari berbagai produk budaya populer lainnya seperti *manga*, *anime*, *game* maupun *tokusatsu* yang telah tersebar ke seluruh dunia. Berbagai produk yang sudah disebutkan tadi kemudian berhasil menarik perhatian banyak kalangan muda di berbagai negara. Efek yang di akibatkan dari *event* ini adalah para generasi muda tersebut kemudian merasa bahwa mereka ingin mencoba untuk menirukan atau bertindak seperti tokoh yang disukainya. Selain itu, merekapun juga

mulai tertarik dengan *soundtrack* atau lagu-lagu *anime*, *vocaloid* ataupun game. Ketertarikan generasi muda tersebut mengakibatkan mereka mulai mempelajari bahasa Jepang dan aspek-aspek lainnya seperti kebudayaan Jepang.

Hal ini kemudian menarik para generasi muda tersebut untuk mengikuti event-event yang menampilkan budaya populer Jepang khususnya *World Cosplay Summit* yang bukan hanya menampilkan para *cosplayer* melainkan juga peserta lomba karaoke yang menyanyikan lagu-lagu *soundtrack anime* dan *game* maupun lagu-lagu *vocaloid* yang berasal dari berbagai negara. Hal ini juga berdampak pada bertambahnya citra positif Jepang yang memberikan keuntungan bagi Jepang yang kemudian membuat Jepang dapat melakukan interaksi dan kerjasama dengan negara lain. Salah satunya adalah pembentukan *Japan Creative Centre* (JCC) di Singapura sebagai hasil dari pertemuan antara Jepang dan Singapura pada bulan Maret dan November 2007. JCC sendiri memiliki tujuan untuk penyebaran informasi mengenai teknologi dan budaya yang dimiliki Jepang (Japan Creative Centre, 2013). Selain hal tadi dan menguatnya citra positif yang dimiliki Jepang dari hasil *World Cosplay Summit* juga memberikan manfaat lainnya.

Selain memberikan manfaat dalam meluasnya penguasaan bahasa Jepang, *World Cosplay Summit* juga memberikan kontribusi bagi perekonomian Jepang. Hal ini bisa dilihat dari berkembangnya industri kostum Jepang yang berkembang 5% pada tahun 2009 dengan nilai US\$ 500 juta (The Economist, 2011 dalam Tse, Esposito & Soufani, 2013). Selain perekonomian Jepang *event* tersebut juga membawa dampak positif bagi pariwisata Jepang. Dilihat dari uraian di atas dapat dilihat bahwa event ini merupakan program pemerintah Jepang yang berhasil untuk meningkatkan perekonomian Jepang maupun citra positif pariwisata Jepang.

2. Perkembangan Wisata Halal Jepang

Jepang adalah salah satu destinasi wisata yang menarik wisatawan muslim dari Indonesia, Malaysia, dan negara-negara lain di Timur Tengah. Tingginya jumlah wisatawan Muslim membuat Jepang menjadi sangat gencar mengembangkan fasilitas ramah Muslim untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan asing. Jepang merupakan negara non-Muslim dengan penduduk mayoritas beragama Budha dan Shinto sehingga pemahaman masyarakatnya terhadap konsep maupun wisata halal menjadi terbatas. Sehingga pemerintah Jepang dirasa perlu membuat program-program yang selain “muslim friendly” melainkan juga mengedukasi masyarakat Jepang akan apa itu konsep Halal dan Muslim itu sendiri.

Jepang juga merupakan salah satu destinasi wisata bagi negara mayoritas muslim yaitu Indonesia. Berdasarkan penelusuran data penggunaan kartu kredit di luar negeri, di samping Malaysia, Singapura, Australia, dan Korea Selatan, Jepang menjadi salah satu negara yang paling banyak dikunjungi oleh wisatawan yang berasal dari Indonesia.

Jepang memiliki potensi wisata yang sangat diminati atau menjadi daya tarik bagi para wisatawan dari mancanegara. Jepang dapat memadukan kemajuan teknologi dengan keunikan budaya tradisional. Produk-produk elektronik canggih yang di jual dengan harga relatif murah. Sistem transportasi yang maju dan menjangkau seluruh wilayah di Jepang juga merupakan salah satu daya tarik wisatawan berkunjung ke Jepang. Bangunan arsitektur tradisional Jepang yang kaya akan budaya terutama di Kyoto merupakan daya tarik lain bagi wisatawan yang berkunjung ke Jepang.

Selain itu Jepang juga memiliki 20 objek wisata yang terdaftar dalam *world heritage* UNESCO. Objek yang masuk dalam daftar tersebut sangat beragam mulai dari wisata alam, obyek wisata yang sarat akan nilai budaya seperti Gunung Fuji, bangunan/arsitektur, hingga obyek wisata bersejarah seperti *Genbaku Dome (Hiroshima Peace*

Memorial) (UNESCO). Oleh sebab itu Jepang menjadi destinasi wisata yang menarik para wisatawan dari penjuru dunia.

Jumlah wisatawan asing yang berkunjung ke Jepang ini terus menerus mengalami peningkatan setelah pemerintah Jepang mengimplementasikan “Visit Japan Campaign” dari tahun 2003. Terdapat 14 negara yang menjadi fokus dari kampanye ini yaitu Korea, Taiwan, China, Amerika, Hongkong, Inggris, Prancis, Jerman, Australia, Kanada, Singapura, Thailand, Malaysia, dan Indonesia (Yamazaki et al, 2015). Kemudian pada tahun 2013 terjadi lonjakan yang signifikan untuk pertamakalinya pada kunjungan wisatawan asing yang mencapai 10 juta orang. Sekitar 300.000 orang diperkirakan merupakan wisatawan muslim. Wisatawan muslim ini diprediksi mengalami peningkatan hingga 1.000.000 orang pada tahun 2020 (muslim-visitor-arrivals-to-japan-to-reach-1-million-by-2020.html).

Jumlah peningkatan wisatawan muslim inilah yang menjadi pemicu tumbuhnya bisnis pariwisata halal di Jepang. Secara geografis, letak Jepang jauh dari negara-negara islam. Selain itu, jumlah penduduk Jepang yang menganut agama islam pun sangat sedikit. Di negara Jepang 51,2% penduduknya beragama shinto, 43% beragama Budha, 1.0% beragama Kristen, sementara agama Islam belum dikenal oleh sebagian besar masyarakat Jepang (Sugiyama, 2014). Meskipun Jepang merupakan negara yang penganut islamnya sedikit, namun keseriusan Jepang dalam mengembangkan wisata halal tidak bisa diremehkan. Keseriusan ini dapat dirasakan oleh para wisatawan muslim yang berkunjung ke Jepang, bahkan Jepang berhasil meraih penghargaan sebagai “*World Best Non OIC Emerging Halal Destination*” pada *World Halal Tourism Award 2016* yang diselenggarakan di Abu Dhabi, UEA (World Halal Tourism Award, 2016).

Masalah umum yang dialami wisatawan muslim saat berkunjung ke negara non-muslim seringkali berkaitan

dengan sulitnya mencari makanan halal, tidak tersedianya tempat sholat, serta sulitnya menemukan penginapan yang ramah muslim. Dengan demikian, apabila ada sebuah penyedia jasa wisata halal, tentunya harus memenuhi aspek makanan dan minuman halal, fasilitas penginapan yang sesuai, serta fasilitas untuk beribadah sholat.

Shazlinda dan Shutto (2014) menyatakan bahwa selama ini permasalahan yang dirasakan wisatawan muslim yang berkunjung ke negara Jepang adalah keterbatasan bahasa. Sementara pada kemasan produk makanan, bahan-bahannya hanya ditulis dalam bahasa Jepang, sehingga wisatawan yang tidak menguasai bahasa Jepang tidak dapat menentukan apakah produk tersebut merupakan produk yang halal ataupun tidak. Pada akhirnya banyak wisatawan muslim yang membawa bekal makanan sendiri dan melewatkan untuk mencicipi atau membeli makanan khas negara Jepang. Terlebih lagi ketika wisatawan muslim tersebut berkunjung ke negara Jepang pada waktu bulan Ramadhan. Hotel-hotel tempat menginap para wisatawan tersebut tentunya hanya menyediakan makan pagi dan tidak makanan untuk sahur untuk para tamu muslim.

Permasalahan dasar lainnya yang dialami oleh wisatawan muslim yang berkunjung ke Jepang adalah minimnya tempat beribadah shalat. Penganut agama islam menjalankan shalat wajib 5 kali dalam sehari. Di negara yang mayoritas muslim tentunya akan menyediakan tempat ibadah dalam kasus ini tempat untuk shalat di lokasi-lokasi wisatanya, lain halnya dengan di Jepang. Wisatawan muslim yang berkunjung ke negara Jepang dan sedang berpergian mungkin terpaksa harus menunda ibadah shalat hingga mereka kembali ke tempat penginapan. Bagi wisatawan muslim yang tidak suka menunda ibadah shalat tentunya hal ini menjadi hal yang tidak nyaman bagi wisatawan muslim tersebut selama kunjungannya di Jepang.

Oleh karena itu, jika Jepang ingin meningkatkan sektor pariwisatanya dan menarik perhatian banyak wisatawan muslim, maka mau tidak mau Jepang harus

memperhatikan kebutuhan pokok wisatawan muslim tersebut. Hal ini disadari oleh pemerintah Jepang yang saat ini pemerintah Jepang menargetkan negara-negara Timur Tengah dan Asia Tenggara seperti Malaysia dan Indonesia yang berpenduduk mayoritas muslim sebagai pasar utama Jepang saat ini. Terlebih lagi, pemerintah Jepang memiliki target peningkatan wisatawan asing hingga 20 juta orang di tahun 2020 (Ota et al, 2016), bertepatan dengan diselenggarakannya olimpiade musim panas dan paralimpiade di Tokyo. Untuk mengatasi masalah tersebut, Jepang mulai membangun fasilitas bagi wisatawan asing, terutama fasilitas-fasilitas untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan mendasar wisatawan muslim.