

**ALASAN PEMERINTAH JEPANG MEMBERLAKUKAN KEBIJAKAN
SERTIFIKASI MAKANAN HALAL (2013 – 2019)**
*Reasons for Japanese Governments to Take Halal Food Certification Policy
(2013 – 2019)*

Riska Pratiwi

Abstract

This study tries to explain the reasons for the Japanese government in implementing halal certification policies. After experiencing a drastic decline in the number of tourists after the earthquake and tsunami that occurred in Japan in 2011, Japan again received an increase in the number of Muslim tourists to 300 thousand in 2013. With this significant increase in the number of Muslim tourists, the Japanese government takes advantage of this condition by making a policy on certification of halal food in Japan as a form of strategy to increase the number of foreign tourists, especially Muslims who come to Japan. By using the concept of economic diplomacy and decision-making theory put forward by David Easton, policies made by the Japanese government assisted by halal certification bodies have had a good impact and have proven that tourists are increasing in the years following the start of tourism promotion and policies Halal certification in Japan.

Keywords: *Japan, Halal certification, Muslim tourists.*

Pendahuluan

Jepang adalah salah satu negara yang perekonomiannya sangat maju di dunia. Hal ini dapat dilihat dari GDP (produk domestik bruto) yang dihasilkan oleh Jepang dalam setahun. Jepang memiliki produk andalan dan terkenal dari perusahaan multinasional Jepang yaitu seperti Toyota, Sony, Fujifilm, dan Panasonic yang telah menjadikan Jepang sebagai negara kedua tertinggi dari aspek GDP dan menjadikan Jepang sebagai negara yang terkenal di dunia. Selain perkembangan perusahaan multinasionalnya, Jepang juga terkenal sebagai negara dengan industri manufaktur yang menjadi salah satu kekuatan Jepang saat ini. (Kedutaan besar Jepang di Indonesia).

Selain dalam hal teknologi dan manufaktur, Jepang juga memiliki banyak objek wisata yang menarik untuk di jadikan destinasi wisata asing. Jepang mempunyai banyak tempat-tempat menarik untuk dikunjungi oleh masyarakat internasional (Shindo, 2015). Jepang juga merupakan negara yang memiliki banyak kebudayaannya. Sebagai contoh budaya yang ada di Jepang adalah budaya minum teh dan merangkai bunga.

Banyaknya ragam ciri khas yang ada di Jepang membuat negara ini di tahun 2017 masuk ke dalam

daftar 10 destinasi wisata yang paling banyak dicari di situs pencarian perjalanan *Skyscanner* khususnya oleh wisatawan Indonesia yang penduduknya mayoritas beragama muslim. Pada saat itu. Lonjakan yang signifikan terjadi pada tahun 2013, yaitu saat pertama kalinya jumlah wisatawan asing menembus angka di atas 10 juta orang dan diantaranya 300 ribu orang adalah wisatawan muslim. Meningkatnya jumlah wisatawan asing dan wisatawan muslim ini membuat para pelaku bisnis yang ada di Jepang bersemangat untuk memulai bisnis halal di Jepang.

Jika kita lihat keragaman agama yang ada di Jepang, jumlah penduduk yang menganut agama Islam sangat sedikit. Penduduk Jepang sebanyak 51.2 % adalah menganut agama Shinto, 43 % beragama Budha, 1.0 % beragama Kristen, sementara agama Islam belum lama dikenal oleh sebagian besar masyarakat Jepang (Wahidati & Sarinastiti, Perkembangan Wisata Halal di Jepang, 2018). Oleh karenanya makanan yang bisa dikonsumsi oleh muslim (makanan halal) menjadi suatu hal yang penting. Produk-produk makanan halal yang sedang *booming* di Jepang bahkan dimanfaatkan oleh badan pariwisata di berbagai daerah mulai dari Hokkaido sampai dengan Okinawa, dengan cara membuat brosur penjelasan khusus bagi

kalangan wisatawan muslim (Kementerian Perdagangan, 2015).

Munculnya wisatawan muslim ini menjadi sebuah tuntutan yang mengharuskan para pelaku bisnis dan pemerintah membuat sebuah kepercayaan dari para wisatawan agar dapat selalu dengan nyaman berwisata di sekitar Jepang. Sertifikasi halal terhadap makanan dinilai sangat penting bagi para wisatawan yang sedang berkunjung ke Jepang. Sertifikasi halal mulai digalakan pada tahun 2013. Dimana tahun 2013 mulai terkenalnya wisatawan muslim karena jumlahnya yang terbilang banyak ke Jepang. Pada tahun tersebut jumlah wisatawan muslim yang masuk ke negara Jepang sangat tidak di duga oleh pemerintah dan masyarakatnya. Dimana lebih dari 300 ribu masyarakat Islam atau pengunjung muslim yang berasal dari berbagai negara muslim mulai tertarik berkunjung ke Jepang.

Tahun ini juga sebagai tanda dimulainya kebijakan sertifikasi halal yang diterapkan oleh pemerintah dan lembaga – lembaga halal di Jepang karena pemerintah merasa membutuhkan faktor pendukung yang membuat jumlah wisatawan muslim bertambah. Dimulainya kebijakan dan promosi tentang sertifikasi halal di Jepang juga berdasarkan dengan kebutuhan dan pelayanan untuk para wisatawan muslim Jepang. Belum adanya

sertifikasi halal di berbagai tempat makan dan fasilitas halal di Jepang akan sangat mempengaruhi jumlah kedatangan wisatawan yang mulai merasa gusar ketika berkunjung ke Jepang dengan tujuan destinasi kuliner.

Keseriusan pemerintah jepang dalam memberikan pelayanannya dan untuk memberikan kenyamanan wisata muslim dibuktikan dengan kebijakan ‘*Visit Japan*’ ke berbagai negara muslim dengan hasil Jepang menjadi pemenang dalam ‘*World Best Non OIC Emerging Halal Destination*’ pada tahun 2016 yang diselenggarakan di Abu Dhabi, UEA” (Sarinastiti, 2017).

Kemenangan tersebut secara langsung memberikan keyakinan kepada para wisatawan dan masyarakat muslim yang ada di Jepang maupun yang akan pergi ke Jepang dalam industri makanan. Kemenangan Jepang dalam acara yang dilaksanakan di Abu Dhabi tersebut juga merupakan bentuk dukungan kepada Jepang dan seluruh masyarakatnya untuk terus meningkatkan kualitas makanan dan sertifikasi makanan halal. Tulisan ini akan menjelaskan wisata makanan halal yang ada di Jepang, dengan menitikberatkan pada alasan pemerintah Jepang dalam memberlakukan kebijakan sertifikasi halal pada masyarakat Jepang yang mayoritas non-muslim yang justru

mengambil kebijakan pemberlakuan sertifikasi atau labelisasi makanan halal. Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka muncul pertanyaan yang menjadi fokus pada penelitian ini yaitu mengapa pemerintah Jepang memberlakukan kebijakan sertifikasi halal ? untuk menjelaskan permasalahan ini maka penulis mencoba mencari jawaban dengan menggunakan konsep diplomasi ekonomi dan “theory system atau teori pembuatan keputusan politik luar negeri atau “*decision making theory*” yang dikemukakan oleh David Easton yang juga sering disebut sebagai analisa sistem politik.

1. Konsep Diplomasi Ekonomi

Diplomasi ekonomi diartikan sebagai realisasi dari berbagai aktivitas yang bertujuan untuk memperoleh kepentingan ekonomi negara asal. Dalam sudut pandang para pengusaha atau para pelaku bisnis, yang memerankan pemerintah itu penting dalam kaitannya untuk mempromosikan sebuah peluang bisnis dan yang mengarahkan para pelaku bisnis agar dapat meraih keuntungan yang maksimal.

Istilah diplomasi ekonomi dapat dipahami sebagai rangkaian metode dan proses dalam pembuatan kebijakan luar negeri suatu negara yang berkaitan langsung dengan kegiatan ekonomi seperti ekspor, impor, investasi, hutang, bantuan,

tenaga kerja dan imigrasi. Bukan hanya aktor negara saja yang menjalankannya akan tetapi aktor non negara juga yang melakukan sesuatu hal untuk mencapai kepentingan ekonominya (Azizah, M.Si., et al., 2016).

2. Teori Pembuatan Keputusan

Menurut David Easton, sistem politik memiliki empat ciri khas, pertama ciri-ciri identifikasi dimana ciri identifikasi berguna untuk menggambarkan unit-unit dasarnya dan membuat garis batas yang memisahkan unit-unit itu dari unit-unit yang ada diluar sistem politik. Kedua, *input* dan *output* masyarakat tidak dapat mengidentifikasi pekerjaan yang dikerjakan oleh sistem politik. Ketiga, diferensiasi dalam suatu sistem pembagian kerja yang memberikan suatu struktur tempat berlangsungnya kegiatan-kegiatan itu. Dan keempat yaitu integrasi dalam suatu sistem dimana mekanisme yang digunakan untuk bekerjasama walaupun dalam kadar minimal sehingga dapat menghasilkan keputusan-keputusan yang otoritatif atau kekuasaan yang mengikat. (Andrews & Mas'ood).

Dalam analisa ini digambarkan bahwa sebuah kebijakan dalam negeri sebuah negara Jepang yang dibuat melalui beberapa tahapan atau proses yaitu proses *input*, proses konversi, dan

proses *output*. Hasil dari konversi yang telah disahkan oleh badan yang berwenang akan menjadi sebuah kebijakan yang bersifat otoritatif. Kemudian diimplementasikan kepada masyarakat yang kemudian akan menghasilkan sebuah *feedback* atau umpan balik dari masyarakat atas sebuah kebijakan baru (Mas'ood & Andrews, 1990).

Mengapa pemerintah Jepang menerapkan kebijakan sertifikasi halal di Jepang ? Dari kerangka pemikiran diatas, penulis memperkirakan bahwa alasan pemerintah Jepang memberlakukan kebijakan sertifikasi makanan halal pada tahun 2013 - 2019 karena:

1. Jepang memiliki kepentingan untuk meningkatkan jumlah wisatawan asing khususnya muslim agar dapat meningkatkan perekonomian kembali.
2. Secara eksternal adanya tuntutan yang berasal dari lingkungan internasional yaitu wisatawan muslim asing yang mempengaruhi sistem politik Jepang terhadap kebijakan sertifikasi makanan halal.
3. Secara internal adanya tuntutan yang berasal dari masyarakat dan pelaku bisnis yang ada di Jepang atau non pemerintah untuk memberlakukan kebijakan sertifikasi makanan halal.

Dan penulisan ini menggunakan metode library research.

Pembahasan

A. Peningkatan jumlah wisatawan muslim untuk meningkatkan perekonomian Jepang melalui diplomasi ekonomi.

Sebuah realisasi dari berbagai aktivitas yang ditujukan untuk memperoleh kepentingan ekonomi negara asal. Seperti Jepang yang mengalami keterpurukan pasca bencana alam gempa bumi dan tsunami yang melanda negerinya di tahun 2011 telah memberikan dampak yang sangat serius bagi mereka. Keseriusan Jepang dalam meningkatkan sektor pariwisatanya merupakan bentuk dari sebuah kepentingan ekonomi Jepang yang melihat bahwa datangnya wisatawan asing muslim ke Jepang telah membuat perekonomian Jepang sedikit demi sedikit mengalami kenaikan. Pemerintah Jepang di bawah kepemimpinan perdana menteri Shinzo Abe melakukan beberapa usaha signifikan untuk menyebar luaskan citra negara Jepang sebagai Negara yang *Muslim Friendly*. Selain itu, dengan pertimbangan akan banyaknya muslim yang datang ke Jepang pada olimpiade Tokyo 2020, Jepang mulai merapihkan sarana umum untuk kenyamanan muslim pendatang.

Pemerintah Jepang mulai serius juga dalam melakukan sebuah kegiatan penunjang kepentingan ekonomi mereka seperti melakukan kegiatan ekspor impor makanan halal dari berbagai negara muslim di dunia. Kegiatan ekspor impor ini sebagai aktivitas diplomasi ekonomi yang dilakukan oleh pemerintah Jepang seiring dengan meningkatnya jumlah muslim yang tinggal dan datang ke Jepang, dibantu oleh lembaga *Japan Halal Association* (JHA) yang kemudian juga sudah mulai melakukan aktivitas pemberian sertifikat halal kepada *restaurant* yang dapat membantu para muslim membeli dan menyantap hidangan halal. Kini, *restaurant* yang telah diberikan sertifikat halal tersebut satu persatu mulai menyediakan musholla di dalamnya (Rosdiana, 2017). Usaha tersebut adalah untuk tercapainya sebuah kepentingan nasional negara Jepang khususnya dibidang pariwisata untuk meningkatkan perekonomiannya.

Permintaan dalam perjalanan & pariwisata domestik yang bangkit kembali telah menjadi patokan bagi pulihnya industri yang cepat di Jepang dan memastikan bahwa sektor ini siap untuk memberikan kontribusi positif bagi perekonomian.

Lalu, setelah terjadinya bencana alam di Jepang maka perekonomian juga ikut hancur. Maka dari itu untuk meningkatkan perekonomian Jepang di sektor

pariwisata setelah terjadinya bencana alam di Jepang maka pemerintah melakukan beberapa kebijakan sehingga ditahun berikutnya jumlah wisatawan Jepang menjadi lebih membaik. Promosi besar – besaran telah dilakukan oleh organisasi-organisasi wisata besar Jepang untuk meyakinkan para pengunjung kembali ke Jepang setelah terjadinya bencana alam. Ditambah dengan diplomasi digital yang dilakukan oleh pemerintah Jepang dalam memperbaiki kembali keadaan yang ada di Jepang baik pembangunan, sosial, politik, juga ekonominya dibidang pariwisata maka perekonomian Jepang dianggap akan mengalami kenaikan ditahun – tahun mendatang.

Dibidang makanan, Jepang kemudian ikut serta dalam hal memperhatikan kesehatan dan kepentingan didalam konsumsi makanan ini. Jepang melihat bahwa terdapat celah untuk dapat menaikkan jumlah wisatawannya kembali dan perekonomian dari sisi makanan. Jepang melihat bahwa mulai munculnya wisatawan asing beragama muslim ini dapat mempengaruhi perekonomian Jepang berikutnya. Mulai pula diberlakukannya kebijakan sertifikasi halal agar wisatawan muslim yang berkunjung ke negara ini dapat dengan tenang mengkonsumsi makanan dan berwisata dengan senang dan dibantu oleh kiriman

ekspor bahan – bahan atau makanan yang berasal dari masyarakat negara muslim diluar Jepang semakin membantu Jepang dalam menyusun strategi untuk menambah jumlah wisatawan asing muslim yang datang ke Jepang sejak tahun 2013 sampai dengan sekarang.

Giatnya pemerintah Jepang dalam mempromosikan pariwisata di Jepang juga sangat mendorong pertumbuhan pasar produk makanan halal di Jepang. Wisatawan yang berdatangan ke Jepang sejak tahun 2013 adalah wisatawan yang berasal dari Indonesia dan Malaysia menurut dari jurnal yang ditulis oleh kementerian perdagangan RI tahun 2015, di jurnal tersebut menyatakan bahwa wisatawan adalah penyumbang terbesar bangkitnya perekonomian Jepang setelah bencana alam gempa bumi dan tsunami yang terjadi. Lalu, produk – produk halal yang masuk ke Jepang juga merupakan potensi dari majunya perekonomian di Jepang. (Kementerian Perdagangan RI, 2015).

B. Pemberlakuan kebijakan sertifikasi halal oleh pemerintah Jepang.

Dalam memberlakukan kebijakan sertifikasi halal ini, pemerintah melakukan beberapa cara, termasuk dengan adanya beberapa tuntutan dari berbagai elemen dan dukungan serta proses

konversi dan output atau hasilnya sehingga menghasilkan kembali feedback dari para penuntut dalam hal ini adalah masyarakat internal dan eksternal serta para pelaku bisnis di Jepang.

Faktor internal adalah adanya kondisi domestik dimana orang Jepang yang sangat peduli terhadap pola makan serta dampaknya bagi kesehatan. Kebiasaan terhadap makanan ini merupakan sebuah budaya dan tradisi yang juga sudah turun temurun. Dimana masyarakat Jepang memilih untuk selalu memikirkan semua hal yang akan berguna bagi masa depan masyarakatnya. Orang Jepang tentu dalam hal makanan sangat memilih jenis makanan yang bergizi untuk dapat mereka konsumsi sehari – hari. Jepang mempunyai tradisi makanan yang sudah di ramu dengan sangat baik. Hal tersebut juga adalah suatu cara untuk pengaturan jumlah dan jenis makanan yang bertujuan untuk mempertahankan kesehatan, menjaga nutrisi, mencegah dan membantu kesembuhan penyakit. Bahan utama dari jenis makanan yang mereka konsumsi pun adalah seperti ikan, kedelai, nasi, sayur, dan buah. Pengolahannya pun dilakukan dengan cara dikukus, direbus, dan mendidihkan makanan dengan cara cepat dalam wajan untuk menjaga kandungan gizi. Oleh karena itu Jepang di kenal dengan masyarakatnya yang sehat dan

memiliki tingkat harapan hidup yang tinggi (Andayani, Irma, & Izmayanti). Masyarakat Jepang juga mulai tertarik dan menjadikan *restaurant* mereka sebagai *restaurant* yang halal, hal tersebut terbukti dengan adanya 300 *restaurant* yang sudah mengubah usahanya ke bentuk *restaurant* halal dan meninggalkan menjual babi dan bir atau alkohol (Septianingrum, Strategi Jepang Dalam Membangun Branding "Muslim Friendly", 2018). Dilihat dari budaya yang berasal dari masyarakat Jepang ini memberikan kita pencerahan terhadap berhubungannya cita – cita dan kebiasaan orang – orang Jepang dengan asas yang dimiliki oleh orang Islam yaitu disiplin, bersih, ramah, toleransi, dan nilai – nilai Islam lainnya.

Kemudian adalah adanya tuntutan dari masyarakat muslim minoritas Jepang yang melihat bahwa masyarakat muslim di Jepang seperti didiskriminasi. Masyarakat Jepang ingin sekali menjadi seperti masyarakat Jepang lainnya. Jepang yang dikenal sebagai masyarakatnya yang toleransi pada kenyataannya juga masih sering memandang bahwa Islam tersebut adalah agama yang harus di awasi. Hal tersebut makin membuat masyarakat Islam di Jepang merasa tidak adil, oleh karna itulah masyarakat Islam minoritas di Jepang merasa mendapatkan keuntungan apabila kebijakan

pemberlakuan sertifikasi halal ini diterapkan di Jepang. Secara eksternal, faktor yang sangat mendukung adanya sebuah tuntutan yang akan berguna bagi pemerintah sebagai sebuah pertimbangan atas proses pembuatan kebijakan. Faktor eksternal pada *study* kasus ini adalah faktor apa saja yang mempengaruhi kebijakan pemerintah yang berasal dari luar negara Jepang. Apa yang mempengaruhi sistem politik dan sistem yang ada di lingkungan Jepang. Yaitu adanya tuntutan dari masyarakat dunia. Kedatangan wisatawan asing muslim di Jepang juga adalah salah satu faktor yang membuat laju pertumbuhan ekonomi Jepang kembali membaik pasca terjadinya bencana alam gempa bumi dan tsunami pada tahun 2011. Pada tahun 2014 pemerintah Jepang Shinzo Abe mengatakan bahwa pariwisata merupakan salah satu pilar penting untuk menumbuhkan perekonomian Jepang. Hal ini dibuktikan dengan Jepang yang bekerjasama dengan Indonesia dibidang pariwisata yaitu dengan memberikan pembebasan visa untuk warga Indonesia yang ingin berkunjung ke Jepang. Hal tersebut juga sebagai bentuk hubungan diplomatik antar kedua negara. kemudian dari pada itu, Jepang dan Indonesia melihat bahwa pemberian bebas visa ini untuk warga Indonesia adalah sebagai bentuk apresiasi karena mulai banyaknya warga negara Indonesia yang berdatangan

ke Jepang. Hal tersebut kemudian menjadi keuntungan yang membuat Jepang jadi banyak dikunjungi oleh wisatawan – wisatawan yang berasal dari Indonesia dan negara – negara sahabat Jepang lainnya. Jepang berusaha untuk meningkatkan sektor pariwisata guna memacu perekonomiannya. Pariwisata adalah salah satu dari industri pertumbuhan ekonomi abad ke – 21. Industri pariwisata dinilai penting sejak terlihatnya angka konsumsi dari sektor ini yang jumlahnya sebesar 4,8 persen dari produk kotor nasional (sekitar 20 triliun yen) (Jamil, 2014).

Selanjutnya faktor eksternal atau tuntutan dari luar yang mempengaruhi sistem politik Jepang adalah para negara pesaing yang juga menerapkan kebijakan serupa yang akan diberlakukan di Jepang, yaitu kebijakan sertifikasi halal. Industri pariwisata menjadi sangat potensial di negara – negara saat ini, khususnya bagi Jepang, China, Korea Selatan, dan Thailand. Beberapa negara ini adalah negara – negara yang sedang sangat giat menerapkan dan mempromosikan wisata halal di negaranya masing – masing. Seperti Jepang, pariwisata merupakan salah satu sektor yang sangat membantu sektor perekonomiannya pasca bencana alam 2011. Begitupun dengan negara Korea Selatan, China, dan Thailand. Masing – masing dari negara ini mempunyai strateginya masing – masing dalam mencapai

kepentingan nasional sebuah negara. Seperti Korea Selatan yang terkenal dengan *Korean halal food* yang menjadi sebuah kebijakan pemerintah Korea dalam keinginannya membuat rasa nyaman para wisatawan yang berkunjung ke negaranya. Tujuan dari adanya *Korean halal food* ini juga adalah untuk menarik jumlah wisatawan khususnya wisatawan muslim Indonesia, Malaysia, Timur Tengah, dengan menggunakan strategi diplomasi makanan atau kuliner. Halal food atau makanan halal ini sudah menarik minat banyak negara dibelahan dunia. Jepang pun sebagai sebuah negara yang besar tentu tertarik dengan adanya fenomena makanan halal ini terlebih dari Jepang yang punya tujuan untuk mengembalikan jumlah wisatawan yang masuk ke Jepang dan perekonomiannya yang sempat turun di tahun 2011. Korea dan Thailand pun juga sama seperti Jepang di beberapa hal bahwa mereka bekerjasama dengan badan sertifikasi halal yang merupakan faktor yang sangat mempengaruhi adanya halal food ini di setiap negara. kemudian menyediakan fasilitas penunjang ibadah bagi wisatawan muslim yang datang berkunjung ke negara tersebut. Seperti Korea, negara ini mempromosikan wisata halalnya khususnya untuk makanan dengan menggunakan drama atau serial tontonan yang bisa dilihat oleh para penikmat drama (Akbar, 2019).

Jepang berusaha bersaing dengan negara – negara lain yang ada di kancah internasional dengan kemudian juga menjalani beberapa proses yang terjadi di dalam sistem politiknya atau proses konversi untuk menentukan arah kebijakannya terhadap isu ini. Pemerintah Jepang ikut serta dalam persaingan halal food. Oleh sebab itu pemerintah Jepang juga turut melakukan beberapa strategi untuk menarik jumlah wisatawan muslim untuk datang berkunjung ke Jepang. Beberapa hal yang dilakukan seperti promosi ke negara – negara muslim, pemberian bebas visa untuk beberapa negara seperti Indonesia dan Malaysia, perdagangan internasional atau pengiriman bahan baku makanan, kemudian pemberlakuan kebijakan sertifikasi halal, dan penyediaan beberapa fasilitas untuk wisatawan muslim pun telah dipersiapkan oleh Jepang untuk menyambut para wisatawan muslim dunia dan bersamaan dengan kebijakan yang telah dibuat maka pemerintah Jepang berharap Jepang dapat bersaing dengan negara – negara peminat sektor pariwisata khususnya terhadap tujuan promosi halal food untuk wisatawan muslim di dunia.

Setelah melihat tuntutan dan dukungan yang diberikan pada Jepang dalam keinginannya untuk mencapai sebuah kepentingan nasional dan proses apa saja yang

sudah dilalui oleh pemerintah Jepang dalam merancang dan mempersiapkan sebuah kebijakan yang akan berdampak pada kemajuan ekonomi Jepang. Maka pemerintah mengeluarkan output, keputusan yang diambil oleh pemerintah dalam sebuah kebijakan yaitu keputusan untuk memberlakukan kebijakan sertifikasi halal di Jepang. Umpan balik atau respon yang diberikan oleh masyarakat Jepang terhadap kebijakan yang diberlakukan oleh pemerintah sangatlah cepat. Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya agenda yang dibuat oleh pemerintah dan lembaga sertifikasi halal di Jepang yang diikuti oleh para pelaku bisnis. Pelaku bisnis dan masyarakat sangat antusias dalam mensukseskan kebijakan baru dari pemerintah Jepang. Terlihat dari mulai banyaknya makanan – makanan halal yang di produksi oleh masyarakat Jepang dan *restaurant* yang ada di Jepang. Sudah banyaknya juga *restaurant* yang memberi label halal pada jenis makanan yang mereka buat dan pasarkan. Pembuatan sertifikasi halal pun semakin hari semakin bertambah. Jepang yang ikut serta dalam menjadi anggota di organisasi *world halal food council* mengetahui bahwa sejauh ini sudah terdapat 9 perusahaan Jepang yang sudah melabelkan perusahaannya kepada label halal ke LPPOM MUI dan semuanya berjalan dengan baik dan tanpa masalah (repository.usu.ac.id). Respon baik

dari masyarakat ini membuktikan bahwa pemerintah berhasil melakukan publikasi dan ajakan serius yang positif untuk lebih memajukan Jepang dibidang ekonomi melalui makanan halal atau pariwisata. Kebijakan pemberlakuan sertifikasi halal di Jepang yang di sambut baik oleh para pelaku bisnis dan masyarakat ini diharapkan terus menerus berjalan demi mensukseskan misi pemerintah untuk mensosialisasikan kebudayaan dan kuliner Jepang serta perekonomian.

Kesimpulan

Penulis menarik kesimpulan bahwa pemberlakuan kebijakan sertifikasi halal di Jepang akhirnya dapat di terapkan oleh pemerintah Jepang. Tuntutan – tuntutan yang datang dari berbagai elemen masyarakat internal dan eksternal Jepang menjadi salah satu faktor penentu dari diputuskannya kebijakan sertifikasi halal ini. Kebutuhan untuk meningkatkan perekonomian yang sempat hancur akibat dari bencana alam gempa bumi dan tsunami semakin membuat Jepang membuka diri atas kedatangan para wisatawan asing muslim tersebut. Ditambah dengan meningkatnya jumlah wisatawan muslim yang datang untuk memperkuat perekonomian menggunakan promosi wisata halal. Penulis melihat bahwa hal tersebut sebagai sebuah peluang untuk meningkatkan kembali

perekonomian Jepang yang turun drastis di tahun 2011.

Makanan halal sebagai sebuah kebutuhan dari masyarakat muslim yang ada di Jepang dan wisatawan muslim adalah sebuah peluang yang sangat menjanjikan. Dengan diberlakukannya kebijakan sertifikasi halal tersebut maka wisatawan muslim yang berkunjung ke Jepang menjadi tidak khawatir lagi untuk mengkonsumsi makanan – makanan Jepang dan menambah ketertarikan masyarakat muslim dunia untuk datang berwisata halal di Jepang. Tentunya setelah diberlakukan kebijakan sertifikasi halal ini sejak tahun 2013, jumlah wisatawan muslim yang berkunjung ke Jepang pun semakin meningkat.

Daftar Pustaka

- Fitri, Z., & Nursari, B. (2017, September 6). *PENGARUH ISLAM TERHADAP PERKEMBANGAN INDUSTRI PARIWISATA HALAL DI JEPANG*. Dipetik November 8, 2019, dari repositori.usu.ac.id: repositori.usu.ac.id
- Abinales, P. (2014). American Military Presence in the Southern Philippines: A Comparative Historical Overview No. 7. *East-West Center Working Papers*, 1-20.

- Agustina, V. (2018, februari 9). *Jelang Olimpiade, Jepang Gencar Produksi Makanan Halal*. Dipetik oktober 11, 2019, dari muslimobsession.com: <https://muslimobsession.com/jelang-olimpiade-jepang-gencar-produksi-makanan-halal/>
- Akbar, A. (2019). Strategi Korea Selatan Menerapkan Korean Halal Food. *repository.umy.ac.id*, 46 - 59.
- Amadeo, K. (2018, November 7). *2008 Financial Crisis: The Causes and Costs of the Worst Crisis Since the Great Depression*. Diambil kembali dari The Balance: <https://www.thebalance.com/2008-financial-crisis-3305679>
- Amadeo, K. (2018, November 7). *2008 Financial Crisis: The Causes and Costs of the Worst Crisis Since the Great Depression*. Diambil kembali dari The Balance: <https://www.thebalance.com/2008-financial-crisis-3305679>
- Amadeo, K. (2019, Oktober 30). *Japan's 2011 Earthquake, Tsunami and Nuclear Disaster*. Dipetik November 18, 2019, dari www.thebalance.com: <https://www.thebalance.com/japan-s-2011-earthquake-tsunami-and-nuclear-disaster-3305662>
- Andayani, S., Irma, & Izmayanti, D. K. (t.thn.). Orang Jepang dan Pola Makan: Dampaknya terhadap Kesehatan. *ejurnal.bunghatta.ac.id*, 2.
- Andrews, C. M., & Mas'oed, M. (t.thn.). Perbandingan Sistem Politik. *GajahMada University Press*, 5 - 7.
- Ayoob, M. (2014). From Regional System to Regional Society: Exploring Key Variables in the Construction of Regional Order. *Australian Journal of International Affairs*, 247-260.
- Azizah, M.Si., D. A., Maksum, D., M.Si. Jatmika, D., Surwandono, D., M.Si. Anwar, D., S.IP Wonoadi, G. L., et al. (2016). Final Report "Pembentukan Forum Kerjasama Ekonomi Indonesia-Afrika". *Kerjasama BPPK Kementrian Luar Negeri Republik Indonesia dan Program Studi Ilmu Hubungan Internasional Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*, 6.
- Babbie, E. (2008). *The basic of social research*. Canada: Nelson Education, Ltd.
- Bahrin, F. (2018). Penggunaan Disaster Diplomacy yang dilakukan oleh Jepang terhadap China Pasca Gempa

- Sichuan 2008.
repository.umsida.ac.id, 29 - 35.
- Bahrin, F. (2018). Penggunaan Disaster Diplomacy yang dilakukan oleh Jepang terhadap China pasca gempa Sichuan 2008 .
repository.umsida.ac.id, 11.
- Bayoneto, M. (2011). The Former U.S. Bases in the Philippines: An Argument for the Application of U.S. Environmental Standards to Overseas Military Bases. *Fordham Environmental Law Review*, 111-155.
- Budiardjo, M. (2008). *Dasar - Dasar Ilmu Politik* . Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Budiardjo, M. (1995). *Dasar - Dasar Ilmu Politik*. Gramedia Pustaka Utama.
- China Today. (2014). *China Military and Armed Forces*. Diambil kembali dari China Today: <http://www.chinatoday.com/arm/china-military.html>
- Cipto, B. (2010). *Hubungan Internasional di Asia Tenggara*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Clinton, H. (2011). *America's Pacific Century Foreign Policy*. Diambil kembali dari Foreign Policy: http://www.foreignpolicy.com/articles/2011/10/11/american_pacific_century?page=full
- COMCEC. (2017, November 17). *Muslim Friendly Tourism (MFT): Understanding the Supply and Demand Sides in the OIC Member Countries*. Dipetik November 8, 2019, dari www.comcec.org: www.comcec.org/wp-content/uploads/2016/05/7-TUR-AN.pdf
- D. Hook, G., Gilson, J., W. Hughes , C., & Dobson, H. (2005). *Japan's International Relations*. USA and Canada: Taylor & Francis Group.
- dahlan, A. A. (2006). *Ensiklopedi Hukum Islam*. Jakarta: PT. Ichtiar Baru Van Hoeve.
- Darry, M. (2013, maret 20). *sistem politik david easton*. Dipetik september 16, 2019, dari web.unair.ac.id: http://mohammad-darry-fisip12.web.unair.ac.id/artikel_detail-75269-Sistem%20Politik%20Indonesia-Sistem%20Politik%20David%20Easton.html
- Department of Defense States of America. (2014). *Sustaining US Global Leadership: Priorities for 21st Century Defense*. Diambil kembali dari Defense Gov: http://archive.defense.gov/news/Defense_Strategic_Guidance.pdf
- Detik News. (2012). *Amerika Serikat Pangkas 100.000 Prajurit*.

- Diambil kembali dari Detik News:
<https://news.detik.com/bbc-world/1826600/amerika-serikat-pangkas-100000-prajurit>
- Dewi, R. T. (2019). GASTRODIPLOMACY JEPANG DI INDONESIA MELALUI PROGRAM JAPAN HALAL FOOD PROJECT. *Repository UMY*, 20.
- docplayer.info. (t.thn.). Dipetik November 16, 2019, dari <https://docplayer.info/90465874-Bab-iii-kepentingan-peningkatan-jumlah-kunjungan-wisatawan-asing-ke-negara-jepang.html>.
- Dr. Sidik Jarmika, M. (2016). *Skripsi Metodologi dan Romantikanya*. Bantul: Samudra Biru.
- Dufour, J. (2018). *The Global Network of US Military Bases*. Diambil kembali dari Global Research: <https://www.globalresearch.ca/the-worldwide-network-of-us-military-bases/5564>
- ED, S., & Hd, F. (2018). Wisata halal : Perkembangan, Peluang, dan Tantangan. *Journal of Halal Product and Research*, 33.
- eprints.uny.ac.id. (t.thn.). Dipetik maret 04, 2019, dari <https://eprints.uny.ac.id/>
<https://eprints.uny.ac.id/.../3/>
- BAB%202%20-%2007401241045.pdf
- Global Security. (2015). *China's Defense Budget*. Diambil kembali dari Global Security: <http://www.globalsecurity.org/military/world/china/budget.htm>
- Griffiths, M., & O'Callaghan, T. (2002). *Internasional Relations Key Concepts*. USA and Canada: Routledge Taylor & Francis Group.
- Haass, R. (2010). *Foreign Policy in the Age of Primacy: An Overview*. Diambil kembali dari The Brookings Institution: <http://www.brookings.edu/research/articles/2000/09/fall-diplomacy-haass>
- Halim, F. A. (2013). *Belajar dari Budaya Rakyat Jepang*. Dipetik November 20, 2019, dari www.surabaya.id.emb-japan.go.jp: https://www.surabaya.id.emb-japan.go.jp/makassar/konnichiwa_20131119.pdf
- Hariyadi, E. (2014). Homogenitas Versus Multikulturalisme: Perdebatan Penerimaan Pekerja Asing di Jepang. *ejournal.uin-suka.ac.id*, 422.
- Haryanto, D. (1982). *Sistem Politik : Suatu Pengantar*. Yogyakarta.

- Herlina, S. (2011). Suatu Telaah Budaya: Agama dalam Kehidupan Orang Jepang. *Jurnal AL-AZHAR INDONESIA SERI HUMANIORA*, 1 - 2.
- Herman, S. (2011, Agustus 16). *Industri Pariwisata Jepang Terpukul akibat Bencana Gempa dan Tsunami* . Dipetik November 18, 2019, dari www.voaindonesia.com: <https://www.voaindonesia.com/a/industri-pariwisata-jepang--terpukul--127916668/96866.html>
- HIS Travel. (2015, November 3). *Rahasia Kebersihan di Jepang* . Dipetik November 20, 2019, dari www.his-travel.co.id: <https://www.his-travel.co.id/blog/article/detail/rahasia-kebersihan-di-jepang>
- Iriansyah, A. (2014). Perbandingan Antara Korean Wave dan Japanese Popular Culture Sebagai Alat Soft Diplomasi di Indonesia. *Repository.umy.ac.id*, 1.
- Jackson, R., & Sorensen, G. (2014). *Pengantar Studi Hubungan Internasional Teori dan Pendekatan Edisi Kelima*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Jamil, A. A. (2014). Motivasi Pemerintah Jepang Dalam Rencana Pemberian Bebas Visa Bagi Turis Asal Indonesia. *JOM FISIP VOL 2. NO 2*, 6 - 7.
- Japan National Tourism Organization (JNTO). (2019). *Trends in Visitor Arrivals to Japan*. Dipetik November 19, 2019, dari statistics.jnto.go.jp: <https://statistics.jnto.go.jp/en/graph/#graph--inbound--travelers--transition>
- Japan National Tourism Organization. (2011). *Panduan anda ke Jepang*. Dipetik November 21, 2019, dari www.jnto.go.jp: <https://www.jnto.go.jp/eng/yourguide/indonesia.pdf>
- Japan National Tourism Organization. (2011). *Panduan Anda ke Jepang*. Dipetik November 21, 2019, dari www.jnto.go.jp: <https://www.jnto.go.jp/eng/yourguide/indonesia.pdf>
- Kedutaan besar Jepang di Indonesia. (t.thn.). Dipetik oktober 10, 2019, dari www.id.emb-japan.go.jp: https://www.id.emb-japan.go.jp/expljp_15.html
- Kementerian Perdagangan. (2015). Hidup Sehat dengan Produk Halal. *Warta Ekspor*, 4.
- Kementerian Perdagangan RI. (2015). Market intelligence produk makanan halal kerajinan dan furnitur Indonesia di pasar Jepang atase perdagangan Tokyo. *Kajian Atdag Tokyo* , 6.

- Kettani, M. A. (2005). *Minoritas Muslim di Dunia Dewasa ini*. Jakarta: Raja Grafindo Persada .
- Kompas. (2012). *AS Mengubah Strategi Militer*. Diambil kembali dari Kompas Internasional: <http://internasional.kompas.com/amp/read/2012/01/07/02140067/AS.Mengubah.Strategi.Militer>
- Kompas. (2012, Februari 15). *Pertahanan China Diperkuat*. Diambil kembali dari Kompas: <https://lifestyle.kompas.com/read/2012/02/15/07385684/pertahanan.china.diperkuat>
- Kusumawati, S. Z. (2005). *halam dan haram dalam islam. SUHUF*, 25-26.
- Live Japan Perfect Guide. (2017, Agustus 3). *Mengenal Kondisi Geografi Jepang*. Dipetik November 21, 2019, dari livejapan.com: <https://livejapan.com/id/article-a0000188/>
- Live Japan Perfect Guide. (2019, Juni 12). *Bencana Alam*. Dipetik November 21, 2019, dari livejapan.com: <https://livejapan.com/id/article-a0000216/>
- Livescience.com. (2019, November 14). *Japan Earthquake & Tsunami 2011: Facts and Information*. Dipetik Desember 12, 2012, dari www.livescience.com: <https://www.livescience.com/39110-japan-2011-earthquake-tsunami-facts.html>
- Mahmudatussa'adah, A. (2007). *PENTINGNYA JAMINAN PANGAN HALAL DAN BAIK UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING PANGAN LOKAL INDONESIA*. 2-4.
- Malik, A. (2015). *LANDASAN TEORITIS TENTANG HALAL DAN HARAM*. repository.uin-suska.ac.id, 32.
- Mangandaralam, S. (1993). *Mengenal Dari Dekat: Jepang negara Matahari Terbit*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya .
- Mas'oeed, M., & Andrews, C. M. (1990). *Ilmu Hubungan Internasional: Disiplin dari Metodologi*. 8.
- Matanasi, P. (2016). *Militer Amerika Mencengkrum Dunia*. Diambil kembali dari Tirto ID: <https://tirto.id/militer-amerika-mencengkrum-dunia-bsTe>
- Mearsheimer, J., & Walt, S. (2014, Juli 11). *The Case for Offshore Balancing: A Superior U.S. Grand Strategy*. Diambil kembali dari Foreign Affairs: <https://www.foreignaffairs.com/articles/united-states/2016->

- 06-13/case-offshore-balancing
- Merinda, M. F. (2018). *Best of Japan*. Jakarta, Indonesia: Elex Media Komputindo.
- Miana, S. (2013). Gempa Bumi Besar Jepang Timur dan Tsunami Maret 2011: Upaya Pemerintah Jepang untuk Memulihkan Pariwisata Jepang Pasca Bencana. *lib.ui.ac.id/naskah ringkas*.
- Miana, S., & Subagio, D. D. (2013). Gempa Bumi Besar Jepang Timur dan Tsunami Maret 2011: Upaya Pemerintah Jepang untuk Memulihkan Pariwisata Jepang Pasca Bencana. *FIB UI*, 6.
- Military Education. (2015). *The Growth of The Chinese Military*. Diambil kembali dari Military Education: <http://www.militaryeducation.org/chinese-military-growth/>
- Mills, C. (2015). *The United States' Asia-Pacific Policy and the Rise of the Dragon*. Winston: Australian Defence College.
- Mohamad, A. (2016, Juni 30). *Mahkamah Agung Jepang izinkan komunitas muslim dimata-matai*. Dipetik November 20, 2019, dari [www.merdeka.com](http://www.merdeka.com/du-nia/mahkamah-agung-jepang-izinkan-komunitas-muslim-dimata-matai.html): <https://www.merdeka.com/du-nia/mahkamah-agung-jepang-izinkan-komunitas-muslim-dimata-matai.html>
- Morgenthau, H. (2010). *Politik Antar Bangsa*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Moroney, J. D., & dkk. (2013). *The Great East Japan Earthquake/Operation Tomodachi dalam Lessons from Department of Defense Disaster Relief Efforts in the Asia-Pacific Region*. California: RAND Corporation.
- Morrison, W. (2015). *China's Economic Rise: History, Trends, Challenges, and Implications for the United States*. Diambil kembali dari FAS: <https://fas.org/sgp/crs/row/RL33534.pdf>
- Muadi, S., MH, I., & Sofwani, A. (2016). Konsep dan Kajian Teori Perumusan Kebijakan Publik. *Jurnal Review Politik*, 197.
- Nasution, P. A. (2017). *Perkembangan Islam di Jepang*. Diambil kembali dari <http://repositori.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/4359/142203007.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Nelson, M. (2013, Desember 29). *Barack Obama: Foreign Affairs*. Diambil kembali dari Miller Center: <https://millercenter.org/president/obama/foreign-affairs>

- Nugroho, D. (t.thn.). *Mengenal Chibah Kota Ramah Muslim di Jepang*. Dipetik November 12, 2019, dari www.wego.co.id: <https://www.wego.co.id/berita/mengenal-chiba-kota-ramah-muslim-di-jepang/>
- Nurjamal. (2018, april 14). *Tampilkan Wajah Muslim Friendly, Begini Perkembangan Islam di Negeri Sakura*. Dipetik oktober 12, 2019, dari www.gomuslim.co.id: <https://www.gomuslim.co.id/read/khazanah/2018/04/14/7575/-p-tampilkan-wajah-muslim-friendly-begini-perkembangan-islam-di-negeri-sakura-p-.html>
- OGATA, T. (2016, Juli). *Disaster Management in Japan*. Dipetik November 18, 2019, dari www.ncbi.nlm.nih.gov: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC5059167/>
- Otmazgin, N. K. (2007, Maret). *Budaya Populer Jepang di Asia Timur dan Tenggara: Saatnya Untuk Sebuah Paradigma Regional*. Dipetik November 22, 2019, dari kyotoreview.org: <https://kyotoreview.org/issue-8-9/budaya-populer-jepang-di-asia-timur-and-tenggara-saatnya-untuk-sebuah-paradigma-regional/>
- Plano, J. C., & Olton, R. (1982). *The International Relations Dictionary*. England: Clio Press Ltd.
- Putra, M. (2017). Kepentingan Peningkatan Jumlah Kunjungan Wisatawan Asing ke Negara Jepang. *eprints.umm.ac.id*, 57-58.
- Rastati, R. (2018). Wisata Halal Jepang dalam Perspektif Wisatawan Milenial Muslim Indonesia. *Kajian Jepang Vol 2*, 28.
- Rastati, R. (2018). Wisata Halal Jepang dalam Perspektif Wisatawan Milenial Muslim Indonesia. *Kajian Jepang Vol 2*, 30.
- repository.unpar.ac.id. (2017). Jepang sebagai negara pertama melakukan diplomasi digital. *repository.unpar.ac.id*, 93.
- repository.usu.ac.id. (t.thn.). *Etos kerja orang Jepang*. Dipetik November 20, 2019, dari repository.usu.ac.id: <https://www.google.com/search?q=kebiasaan+orang+orang+jepang+pdf+&ie=utf-8&oe=utf-8&client=firefox-b-ab>
- repository.usu.ac.id. (t.thn.). Sejarah Restoran Halal di Tokyo. *repository.usu.ac.id*, 15.
- Ronapea. (2016, November 21). *Konsep kepentingan nasional dalam hubungan internasional*. Dipetik Oktober 17, 2019, dari

- fisip16.web.unair.ac.id:
http://ronapea-fisip16.web.unair.ac.id/artikel_detail-165107-JURNAL%20SOH%20101-KONSEP%20KEPENTINGAN%20NASIONAL%20DALAM%20HUBUNGAN%20INTERNASIONAL.html
- Rosdiana, L. (2017). Wisata Budaya Sebagai Alat Penguat Ekonomi Negara di Jepang. *https://ejournal.undip.ac.id*, 8.
- Rosidi, A. (1981). *Mengenal Jepang*. Jakarta: Pusat kebudayaan Jepang Jakarta .
- Rosidi, A. (1981). *Mengenal Jepang*. Jakarta: Pusat Kebudayaan Jepang Jakarta, Jepang Foundation.
- Rosliana, L. (2017). Wisata Budaya Sebagai Alat Penguat Ekonomi Negara di Jepang. *ejournal.undip.ac.id*, 4.
- Rozabi, I. (2014). *Cahaya Allah di Negeri Sakura: Catatan Perjalanan yang Memperkaya Hati*. Diva Press.
- Safira, M. (2016, Januari 4). *Kini Makin Banyak Restoran di Jepang Sediakan Menu Halal*. Dipetik November 7, 2019, dari <https://food.detik.com>:
<https://food.detik.com/info-halal/d-3109768/kini-makin-banyak-restoran-di-jepang-sediakan-menu-halal>
- Safitri, D. E. (2018). *Strategi Jepang Menerapkan Halal Tourism Untuk Menarik Wisatawan Muslim Asia Tenggara*. Dipetik November 23, 2019, dari [pdfs.semanticscholar.org](https://pdfs.semanticscholar.org/adff/019e0d2a515c35cdb7cb0a233c37ac5267ee.pdf):
<https://pdfs.semanticscholar.org/adff/019e0d2a515c35cdb7cb0a233c37ac5267ee.pdf>
- Safitri, D. E. (2018). Strategi Jepang menerapkan halal tourism untuk menarik wisatawan muslim asia tenggara (2013-2017). *Repository umy*, 2-3.
- Saiphedra, M. A. (2018, Januari 25). Dipetik November 7, 2019, dari digilib.uin-suka.ac.id:
digilib.uin-suka.ac.id
- Samudro, A. (2019, Februari 27). *Komunitas Muslim dan Perspektif Warga Terhadap Islam di Jepang*. Dipetik November 12, 2019, dari [Tirto.id](http://tirto.id):
<https://tirto.id/komunitas-muslim-dan-perspektif-warga-terhadap-islam-di-jepang-dhTf>
- Sarinastiti, L. W. (2017). Perkembangan Wisata Halal di Jepang. *Jurnal UGM*, 10.
- Sarjoko. (2017, Juli 7). *Orang Jepang dan Apa yang Mereka Bayangkan Tentang Islam*. Dipetik November 21, 2019, dari islami.co:
<https://islami.co/orang-jepang-dan-apa-yang-mereka-bayangkan-tentang-islam/>

- Sasongko, A. (2018, July 19). *cara jepang merangkul wisatawan muslim*. Dipetik September 17, 2019, dari www.republika.co.id:https://www.republika.co.id/berita/dunia-islam/dunia/18/07/19/pc4539313-cara-jepang-merangkul-wisatawan-muslim
- Satriana, E. D., & Faridah, H. D. (2018). Wisata halal : Perkembangan, Peluang, dan Tantangan. *Journal of Halal Product and Research*, 37.
- Sekarwati, S. (2018, Mei 3). *Cerita Muslim Jepang Sulitnya Ibadah*. Dipetik November 20, 2019, dari dunia.tempo.co:https://dunia.tempo.co/read/1085231/cerita-muslim-jepang-sulitnya-ibadah
- Sekimov, A. (2012). *Comparative study of disaster management of Japan and Kyrgyz Republic*. Tokyo: Asian Disaster Reduction Center.
- Septianingrum, E. W. (2018). Strategi Jepang Dalam Membangun Branding "Muslim Friendly". *eprints.umm.ac.id*, 9 - 10.
- Septianingrum, E. W. (2018). Strategi Jepang Dalam Membangun Branding "Muslim Friendly". *eprints.umm.ac.id*, 4 - 5.
- Shindo, Y. (2015). *Mengenal Jepang*. Jakarta: Kompas.
- Sidabutar, F. (2017). Sejarah restoran halal di Tokyo. *repository.usu.ac.id*, 16-17.
- Sidabutar, F. (2017). Sejarah Restoran Halal di Tokyo. *repository.usu.ac.id*, 16-17.
- Sihono, T. (2009). Dampak Krisis Finansial Amerika Serikat Terhadap Perekonomian Asia. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan UNY*, 7.
- statistics.jnto.go.jp. (t.thn.). Dipetik November 16, 2019, dari [statistics.jnto.go.jp:https://statistics.jnto.go.jp/en/graph/#graph--inbound--travelers--transition](https://statistics.jnto.go.jp/en/graph/#graph--inbound--travelers--transition).
- statistics.jnto.go.jp. (t.thn.). Dipetik November 16, 2019, dari [statistics.jnto.go.jp:https://statistics.jnto.go.jp/en/graph/#graph--inbound--travelers--transition](https://statistics.jnto.go.jp/en/graph/#graph--inbound--travelers--transition).
- statistics.jnto.go.jp. (t.thn.). Dipetik November 19, 2019, dari [statistics.jnto.go.jp:https://statistics.jnto.go.jp/en/graph/#graph--inbound--travelers--transition](https://statistics.jnto.go.jp/en/graph/#graph--inbound--travelers--transition).
- statistics.jnto.go.jp. (2019). Dipetik November 19, 2019, dari [statistics.jnto.go.jp:https://statistics.jnto.go.jp/en/graph/#graph--inbound--travelers--transition](https://statistics.jnto.go.jp/en/graph/#graph--inbound--travelers--transition).
- suryohadiprojo, S. (1987). Belajar dari Jepang: Manusia dan Masyarakat Jepang dalam

- Perjuangan Hidup . *Jakarta UI Press*, 49.
- Sutjiati, N. (t.thn.). Geografi . *file.upi.edu*, 1.
- Tanada, P. (2017, Agustus 25). *Ever growing Muslim community in the world and Japan*. Dipetik November 12, 2019, dari www.waseda.jp: <https://www.waseda.jp/top/en/news/53405>
- The New York Times. (2012). *Obama's Remarks on Military Spending*. Diambil kembali dari The New York Times: http://www.nytimes.com/2012/01/06/us/text-obamas-remarks-on-military-spending.html?ref=us&_r=0
- The New York Times. (2017, Desember 20). *Fukushima Politic*. Dipetik November 14, 2019, dari www.nytimes.com: <http://www.nytimes.com/2013/10/15/opinion/fukushima-politics.html>
- Thebalance.com. (2017, Desember 12). *Japan's 2011 Earthquake, Tsunami and Nuclear Disaster*. Dipetik November 14, 2019, dari www.thebalance.com: <https://www.thebalance.com/japan-s-2011-earthquake-tsunamiand-and-nuclear-disaster-3305662>
- Trade, Ministry of. (2015). *Hidup Sehat dengan Produk Halal. Warta Ekspor*, 18.
- Trading economics. (t.thn.). Dipetik mei 21, 2019, dari tradingeconomics.com.
- Trading Economics. (t.thn.). Dipetik mei 21, 2019, dari tradingeconomics.com: <https://tradingeconomics.com/japan/gdp>
- Trahutami, S. I. (2015). Nilai Sosial Budaya Jepang dalam Peribahasa Jepang yang Menggunakan Konsep BINATANG. *Jurnal Izumi Volume 5*, 64 - 66.
- Uslaner, E. M., & Yamamura, E. (2016). *Disaster and Politic Trust : The Japan Tsunami and Earthquake of 2011. Munich Personal RePEc Archive*.
- V. Irmayanti Meliono, B. (2004). DIMENSI ETIS TERHADAP BUDAYA MAKAN. 66.
- Vine, D. (2017). *How the Pentagon Is Quietly Transforming Its Overseas Base Empire*. Diambil kembali dari Huffpost: https://www.huffingtonpost.com/david-vine/us-military-bases_b_1676006.html
- voaindonesia. (2012, Mei 6). *Jepang Tutup Reaktor Nuklir Terakhirnya* . Dipetik November 18, 2019, dari

- www.voaindonesia.com:
https://www.voaindonesia.com/a/jepang_tutup_reaktor_nuklir_terakhirnya/254520.html
- Wahidati, L., & Sarinastiti, E. N. (2018). Perkembangan Wisata Halal di Jepang. *Jurnal Gama Societa*, 10.
- Wahidati, L., & Sarinastiti, E. N. (2018). Perkembangan wisata halal di Jepang. *Journal Gama Societa Vol 1*, 9.
- Wahidati, L., & Sarinastiti, E. N. (2018). Perkembangan Wisata Halal di Jepang. *Jurnal Gama Societa*, 9-10.
- Wahidati, L., & Sarinastiti, E. N. (2018). Perkembangan Wisata Halal di Jepang. *Jurnal Gama Societa*, 18.
- Wan, L. (2018, Mei 14). *From Beer to Miso: Six Japan Firms Seeking to Boost Halal Export to Southeast Asia*. Dipetik November 22, 2019, dari www.foodnavigator-asia.com:
<https://www.foodnavigator-asia.com/Article/2017/11/06/From-beer-to-miso->
- whc.unesco.org. (t.thn.). Dipetik November 6, 2019, dari <http://whc.unesco.org/en/list>:
<http://whc.unesco.org/en/list>
- World Travel & Tourism Council. (2012, Maret). *The Tohoku Pacific Earthquake and Tsunami*. Dipetik November 16, 2019, dari www.wttc.org:
https://www.wttc.org/-/media/files/reports/special%20and%20periodic%20reports/japan_report_march_update_v7.pdf
- World Travel and Tourism Council. (2011). *The Tohoku Pacific Earthquake and Tsunami: Impact on Travel and Tourism*. *WTTTC*, 1 - 3 .
- World Travel and Tourism Council. (2012, Maret). *The Tohoku Pacific Earthquake and Tsunami*. Dipetik November 19, 2019, dari www.wttc.org:
https://www.wttc.org/-/media/files/reports/special%20and%20periodic%20reports/japan_report_march_update_v7.pdf
- www.ceicdata.com. (2019, November 14). *Jepang Pdb Per Kapita*. Dipetik November 19, 2019, dari www.ceicdata.com:
<https://www.ceicdata.com/id/indicator/japan/gdp-per-capita>
- www.ceicdata.com. (2019, November 14). *Jepang Pdb Per Kapita*. Dipetik November 19, 2019, dari www.ceicdata.com:
<https://www.ceicdata.com/id/indicator/japan/gdp-per-capita>
- www.crescentrating.com. (2019, April). *Global Muslim Travel Index 2019*. Dipetik November 11, 2019, dari www.crescentrating.com:
<https://www.crescentrating.com>

- m/reports/global-muslim-travel-index-2019.html
- http://www.mofa.go.jp/press/release/press4e_000313.html
- www.id.emb-japan.go.jp. (t.thn.). Dipetik April 04, 2019, dari Kedutaan besar Jepang di Indonesia:
https://www.id.emb-japan.go.jp/expljp_15.html
- www.wttc.org. (2012, Maret). *The Tohoku Pacific Earthquake and Tsunami*. Dipetik November 16, 2019, dari www.wttc.org:
https://www.wttc.org/-/media/files/reports/special%20and%20periodic%20reports/japan_report_march_update_v7.pdf
- www.id.emb-japan.go.jp. (2014, Mei 1). *Ceramah oleh Minister Sato, Wakil Duta Besar untuk Indonesia "Hubungan Islam dan Jepang"*. Dipetik November 20, 2019, dari www.id.emb-japan.go.jp:
<https://www.id.emb-japan.go.jp/spmins.html>
- Yamazaki, Y. e. (2017, Juni 11). *"OMOTENASHI" toward muslim visitors to Japan*. Dipetik November 6, 2019, dari Cinii:
<https://ci.nii.ac.jp/naid/120005775624>
- www.infojepang.net. (t.thn.). Dipetik November 16, 2019, dari <https://www.infojepang.net/> :
<https://www.infojepang.net/>
- Yamazaki, Y. e. (2017, Juni 11). *"OMOTENASHI" toward muslim visitors to Japan*. Dipetik November 6, 2019, dari Cinii:
<https://ci.nii.ac.jp/naid/120005775624>
- www.islamcenter.or.jp. (2011, Januari 16). *History of Islam in Japan*. Dipetik oktober 14, 2019, dari 222.islamcenter.or.jp:
<https://www.islamcenter.or.jp/history-of-islam-in-japan/>
- Yanyan Mochamad Yani, D. M. (2007). *Politik Luar Negeri. IKDPL Negeri*, 1.
- www.jnto.or.id. (t.thn.). Dipetik November 11, 2019, dari www.jnto.or.id:
<https://www.jnto.or.id/>
- Zulhilmy. (2008). *Dinamika Perkembangan Islam di Jepang Abad ke 20. Repository.uinjkt.ac.id*, 5.
- www.mofa.go.jp. (2014, Juni 17). *Relaxation of Visa Requirements for Nationals of Indonesia, the Philippines, Viet Nam and India*. Dipetik November 7, 2019, dari www.mofa.go.jp: