

BAB III

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.

Pada tahun 2013, telah dibangun musholla (*prayer room*) di bandara internasional Haneda dan Narita, menyusul di tahun 2014, bandara internasional Kansai pun telah menyediakan fasilitas tersebut. Musholla dibuat nyaman dengan petunjuk yang jelas, serta disediakan pula peralatan untuk sholat. Sebelumnya di tahun 2010, sebuah lembaga swadaya masyarakat membentuk *Japan Halal Association* (JHA) yang fokusnya adalah memberi informasi kepada muslim yang tinggal di Jepang mengenai produk-produk halal di Jepang yang dapat dikonsumsi. 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 juga 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.

A. Kondisi Jumlah wisatawan muslim Sebelum Pemberlakuan Kebijakan Sertifikasi Halal

Jepang adalah sebuah negara yang rawan akan bencana alam. Hal tersebut dikarenakan Jepang berada pada letak area yang disebut *circum pasifik mobile zone* dimana kondisi geografi klimatologi Jepang membuatnya rawan mengalami bencana seperti aktivitas vulkanik, gempa bumi, badai salju, dan lain sebagainya (Sekimov, 2012). Salah satu bencana alam yang tercatat cukup besar adalah gempa bumi pada bulan maret tahun 2011. Gempa bumi tersebut berkekuatan 9.0 *skala richter* dengan pusat gempa terletak pada 130 km lepas pantai Sendai, tenggara pulau Honshu. Gempa bumi tersebut disusul oleh gelombang tsunami setinggi 40 meter dan mengakibatkan hancurnya areal yang bahkan berjarak lebih dari 10 km dari pantai dengan luas area mencapai 561 km² tersebut (Livescience.com, 2019).

Gempa bumi memberikan dampak lebih dari 14.8 juta penduduk dengan jumlah bangunan yang runtuh lebih dari 120.000, dengan total 278.000 bangunan hancur sebagian, dan 726.000 bangunan yang mengalami kerusakan ringan. Kerusakan bukan hanya terjadi pada bangunan warga namun kerusakan juga terjadi pada sarana umum di Jepang, seperti rel kereta, dan jembatan yang terputus. Menurut data di bulan juni tahun 2016, tercatat

sebanyak 15.894 korban jiwa dan 2.500 korban yang belum ditemukan atau hilang. Diperkirakan juga bahwa terdapat lebih dari 500.000 warga telah kehilangan tempat tinggal akibat dari kerusakan bencana alam gempa bumi. Sementara jutaan orang lainnya menjadi korban secara tidak langsung akibat putusnya persediaan air dan listrik di Jepang pada saat itu (Moroney & dkk, 2013).

Gempa bumi dan tsunami yang terjadi di Jepang pada tahun 2011 juga mengakibatkan rusaknya beberapa pendingin pembangkit listrik tenaga nuklir Fukushima yang mengakibatkan terjadinya ledakan dalam beberapa hari setelah bencana tersebut. Persebaran emisi radiasi dan kontaminasi radioaktif merupakan dampak dari ledakan itu. Gempa di Jepang ini membawa kerugian yang sangat besar untuk Jepang, dimana Jepang sebagai pemasok sayap, roda pendarat, dan bagian utama dari *boeing 787 dreamliner*, perusahaan-perusahaan mobil seperti Nissan, Toyota, Honda, Mitsubishi, dan Suzuki juga harus menghentikan produksinya sementara waktu. Nissan pun sempat ingin memindahkan jalur produksi ke Amerika Serikat, dan total 22 pabrik di Jepang termasuk Sony tutup akibat dari bencana alam yang terjadi di Jepang saat itu (Thebalance.com, 2017).

Kerugian tersebut meliputi 138.000 bangunan hancur yang membawa kerugian sebesar US\$360 Milyar. Kemudian gempa yang terjadi dibagian timur laut Jepang yang ikut menyumbangkan 6 – 8 % produksi total Jepang yang secara otomatis memangkas pendapatan produksi Jepang. Sebanyak 11 dari 50 pembangkit listrik tenaga nuklir di Jepang rusak akibat gempa bumi dan tsunami, sehingga pembangkit listrik tersebut ditutup. Akibatnya, pasokan listrik negara berkurang sebanyak 40%. Tidak hanya itu, akibat penggunaan sisa pembangkit listrik yang dipaksakan, hal tersebut malah membuat kerusakan terhadap 22 pembangkit tenaga nuklir lainnya. Akibatnya, Jepang harus melakukan impor minyak untuk menggantikan nuklir. Pembelian ini membawa defisit dalam neraca perdagangan Jepang selama beberapa tahun.

Pada Agustus 2015, dua pembangkit listrik tenaga nuklir dibuka kembali atas perintah perdana menteri Shinzo Abe yang merasa bahwa impor energi mengeluarkan biaya yang terlalu banyak dan makin menambah utang negara. Untuk menjaga stabilitas pasar, Bank Sentral Jepang menyediakan likuiditas dana. Namun langkah yang diambil pemerintah ini justru menjadi bumerang karena akibat likuiditas, utang negara justru semakin meningkat.

Bencana alam yang melanda Jepang secara otomatis memberikan kerugian ekonomi yang sangat besar. Akan tetapi sesungguhnya dampak dari bencana alam ini bukan hanya ke aspek ekonomi. Namun juga ke aspek sosial dan politik di negara Jepang (Uslaner & Yamamura, 2016). Seorang peneliti bernama Uslaner dan Yamamura dalam penelitiannya menggunakan data dari *East Asia Barometer* menyatakan bahwa kepercayaan masyarakat Jepang terhadap pemerintah Jepang yaitu perdana menteri, parlemen, dan partai politik, pasca bencana gempa dan tsunami menurun dengan sangat drastis. Berdasarkan survei opini pada tahun 2013, 70% masyarakat sudah tidak percaya lagi terhadap keputusan Perdana Menteri Jepang, Shinzo Abe, khususnya terhadap penggunaan energi nuklir sebagai sumber utama energi di Jepang. Ketidakpercayaan masyarakat terhadap pemerintah adalah karena pemerintah dinilai tidak dapat menangani kasus bocornya nuklir Fukushima pada saat bencana alam 2011 (The New York Times, 2017).

Kemudian bila kita melihat dari sektor pariwisata Jepang setelah terjadinya bencana alam di Jepang maka kita akan menemui beberapa perubahan. Dimana gempa bumi dan tsunami telah menghancurkan kota, infrastruktur, serta berbagai macam fasilitas penunjang lainnya. Bahkan juga jalan untuk menghubungkan satu kota dengan kota lain harus terputus akibat dari bencana alam tersebut. Hal tersebut sangat menghambat akses dari wilayah ke wilayah khususnya wilayah yang terkena bencana alam gempa bumi dan tsunami. Bocornya zat radioaktif dari reaktor nuklir Fukushima pun juga telah

membuat dunia merasa khawatir. Karena hal itulah banyak pengunjung atau wisatawan yang berkunjung ke Jepang langsung pergi meninggalkan Jepang bahkan calon wisatawan yang ingin pergi berlibur ke Jepang pun banyak yang membatalkan tiket keberangkatan. Hal ini sangat berdampak kepada perkembangan industri pariwisata Jepang yang sedang melangkah maju (Miana & Subagio , Gempa Bumi Besar Jepang Timur dan Tsunami Maret 2011: Upaya Pemerintah Jepang untuk Memulihkan Pariwisata Jepang Pasca Bencana, 2013). Tercatat Sekitar 25% dari 285 hotel dan penginapan tutup akibat kerusakan pasca bencana di Jepang (World Travel and Tourism Council, 2011).

Jepang memang sebenarnya negara yang masih sangat kurang didalam dunia pariwisata. Jepang bahkan dinilai masih kalah dengan negara Thailand dan China didalam menawarkan objek wisata yang menarik di dunia. Hal ini membuat Jepang harus bekerja keras dan berfikir lebih banyak didalam proses promosi wisata untuk menarik wisatawan dunia (Rosliana, 2017). Ditambah dengan terjadinya bencana alam yang melanda Jepang di tahun 2011 membuat Jepang semakin memiliki pekerjaan besar untuk memperbaiki sektor wisata yang sempat dibangun dan harus memulainya dari nol kembali. Awal mula setelah terjadinya bencana alam di Jepang membuat sektor pariwisata menjadi sangat dramatis karena kedatangan wisatawan internasional turun 62% pada April 2011. Penurunan jumlah wisatawan asing ini adalah jumlah yang paling besar ketika diamati dengan bencana alam lain yang sebelumnya terjadi di Jepang. Ada juga ketidakpastian diawal bencana yang lebih besar mengenai jalur pemulihan karena darurat nuklir dan operasi di Fukushima. Kegagalan untuk mengatasi situasi dengan cepat dan berhasil dapat memengaruhi kepercayaan perjalanan & pariwisata selama bertahun-tahun.

Permintaan domestik pulih lebih cepat daripada yang diantisipasi oleh pemerintah, dan telah pulih sepenuhnya pada pertengahan tahun 2011. *Trend* yang

muncul dari meningkatnya intensitas perjalanan di kalangan anak muda Jepang sebenarnya menguat dan sekarang dilaporkan lebih tinggi daripada asumsi awal. Setelah penurunan besar diawal asumsi pemerintah Jepang, akhirnya permintaan internasional juga mulai pulih pada 2011, permintaan internasional berkembang sejalan dengan skenario dampak rendah awal bencana. Pemulihan penuh dalam permintaan pariwisata internasional harus terbukti pada awal 2012. Jelas bahwa permintaan perjalanan & pariwisata secara keseluruhan pulih sepenuhnya pada akhir 2011, menjelang aktivitas di ekonomi yang lebih luas dan meskipun ada gangguan baru-baru dan didorong banyak oleh kekuatan yen. Perjalanan & Pariwisata jelas diatur untuk memberikan kontribusi yang meningkat pada ekonomi yang lebih luas di tahun 2012.

Dampak langsung yang dapat kita lihat dari gempa bumi dan tsunami terhadap perjalanan & pariwisata Jepang sangat mencolok karena jumlah kedatangan wisatawan internasional turun 50% pada bulan maret dan kemudian 62% pada bulan april. Pariwisata rekreasi *inbound* turun sekitar 90% dalam dua bulan, menurut Badan Pariwisata Jepang (JTA), dengan perjalanan domestik turun hampir 20% selama periode tersebut. Gangguan terhadap permintaan terasa di seluruh negeri, tidak hanya di wilayah timur laut yang secara langsung terkena dampak gempa dan tsunami. Dampak awal ini tampaknya lebih besar daripada gangguan yang disaksikan pada 1995 setelah gempa bumi Kobe, dan serangkaian peristiwa yang lebih luas dianggap sebagai tolak ukur untuk hasil potensial. Penelitian yang dilakukan oleh *Oxford Economics* mengenai pemulihan terhadap bisnis perjalanan & pariwisata setelah badai katrina, angin topan di Amerika Tengah dan di Karibia, serta gempa laut dan tsunami Samudra Hindia pada tahun 2004, serta serangan teroris, menunjukkan bahwa durasi rata-rata dampak dari bencana alam ini akan berada dalam kisaran 8 – 26 bulan. Ini adalah lamanya waktu yang dihabiskan untuk

pengeluaran pengunjung untuk kembali ke level dasar. Lamanya waktu yang dibutuhkan untuk pemulihan secara historis bervariasi sesuai dengan tingkat kerusakannya, dukungan politik untuk membangun kembali infrastruktur dan mempromosikan bisnis perjalanan & pariwisata dan hal yang paling penting adalah pandangan yang ditinggalkan pada publik setelah terjadinya bencana.

Tabel 3. 1 kedatangan wisatawan Jepang sebelum bencana alam terjadi (statistics.jnto.go.jp)

| Year | Term | Visitor Arrivals | Growth Rate (%) |
|-------------|-------------|-------------------------|------------------------|
| 2009 | Jan - Des | 6.789.658 | -18.7 |
| 2010 | Jan - Des | 8.611.175 | 26.8 |
| 2011 | Jan - Des | 6.218.752 | -27.8 |
| 2012 | Jan - Des | 8.358.105 | 34.4 |

Dalam kasus Jepang, kami memperkirakan pemulihan akan berlangsung selama satu tahun, mengingat kehancuran infrastruktur dan ketakutan besar-besaran di antara para wisatawan sebagai akibat dari darurat nuklir, dengan kemungkinan yang berbeda bahwa pemulihan penuh akan membutuhkan waktu hingga dua tahun lamanya. Namun, permintaan domestik yang bangkit kembali pada tahun 2011 memastikan bahwa pemulihan benar-benar tercapai bahkan lebih cepat daripada yang diestimasikan. Permintaan wisatawan domestik dan internasional yang masih rendah diharapkan mendapatkan pemulihan penuh ini selama beberapa bulan ke depan. Permintaan perjalanan wisatawan keluar, sementara itu, dengan kuat kembali ke jalurnya untuk mencapai jumlah wisatawan tertinggi baru di 2012 (World Travel & Tourism Council, 2012).

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 yang lebih luas di tahun 2012. Permintaan perjalanan domestik pada awalnya turun sangat tajam. Akan tetapi permintaan perjalanan dapat pulih dengan sangat cepat bahkan ke tingkat yang lebih tinggi dari pada tahun 2010 pada awal Juni. Sejak saat itu permintaan menjadi semakin naik dari bulan ke bulannya (www.wttc.org, 2012).

B. Arah Kebijakan pemerintah dan lembaga yang ada di Jepang dalam meningkatkan perekonomian Jepang

Penanganan bencana alam di Jepang terkenal sekali dengan manajemennya yang sangat baik, hal ini tidak lepas dari kebijakan yang memang Jepang buat dalam sejarah manajemen bencana (Bahrun, Penggunaan Disaster Diplomacy yang dilakukan oleh Jepang terhadap China pasca gempa Sichuan 2008 , 2018). Dalam sistem manajemen bencana Jepang, seorang menteri negara untuk bagian manajemen bencana yang ditunjuk untuk berada didalam kabinet, dan biro manajemen bencana merencanakan kebijakan dasar tentang manajemen dan rencana-rencana bencana dan membuat koordinasi menyeluruh dalam menanggapi bencana skala besar. Dalam keadaan normal, para menteri negara, perwakilan dari organisasi dan ahli yang relevan membentuk dewan manajemen bencana pusat di kantor kabinet untuk membahas hal-hal penting seperti pengembangan rencana manajemen bencana nasional dan kebijakan dasar dan untuk mengambil alih tanggung jawab dalam mempromosikan penanggulangan bencana komprehensif. Jepang dituntun oleh tiga administrasi yaitu pemerintah nasional, prefektur, dan kota. Kepala setiap tingkatan administrasi ini bertanggung jawab penuh atas yurisdiksi yang ada didalam struktur yang mirip dengan suatu negara. Rencana pencegahan bencana alam yang bersifat komprehensif dikembangkan sesuai dengan peran yang akan dilakukan pada setiap tahap bencana yang ada.

Ketika terjadinya bencana alam atau ada risiko terjadinya bencana, maka kantor kabinet, bekerja sama dengan kementerian dan lembaga terkait, memimpin dalam penanggulangan bencana tersebut, sesuai dengan setiap tingkat bencana dengan tingkat 1 pada tingkat normal hingga level 5 ketika bencana dahsyat terjadi. Tatanan diatas ini adalah merupakan struktur bagian dari kelembagaan didalam pemerintah yang mengurus masalah bencana alam di Jepang. Ketika bencana berskala besar terjadi, Tim tanggap darurat yang terdiri dari anggota kelas direktur jendral dari kementerian dan lembaga terkait dipanggil ke kantor perdana menteri untuk memulai pembicaraan dalam waktu setelah terjadinya bencana. Kemudian diadakan rapat kabinet yang luar biasa dan markas besar manajemen bencana ekstrim dibentuk. Markas besar, dipimpin oleh perdana menteri sebagai ketua, membuat kebijakan dan menyediakan koordinasi menyeluruh mengenai tindakan darurat bencana. Tindakan yang akurat dan cepat diharapkan akan diambil sebagai tanggapan atas instruksi dari ketua. Tanggap darurat yang cepat dan akurat diperlukan jika terjadi bencana, dan untuk memastikan keandalannya, pemerintah dapat mendirikan markas besar di lokasi untuk manajemen bencana tersebut (OGATA, 2016).

Untuk bencana alam yang terjadi pada tahun 2011 di Jepang. Yang merupakan bencana yang sangat merusak pembangkit listrik tenaga nuklir Fukushima Daiichi yang menciptakan kebocoran radioaktif. Tsunami 30 kaki melumpuhkan pendinginan di tiga reaktor Fukushima, meleleh dalam 72 jam. Pada awalnya, para insinyur tidak dapat menghentikan kebocoran, dan bahkan setelah kebocoran itu terjadi, pemerintah membutuhkan waktu berbulan-bulan untuk menghentikan emisi dengan full. Lebih dari 1.000 pekerja meninggal akibat dari kebocoran radioaktif tersebut. Bahan radioaktif terus bocor ke Samudra Pasifik, meningkatkan level hingga 4.000 kali batas hukum (Amadeo, 2019). Hal yang dilakukan oleh pemerintah Jepang setelah bencana alam tersebut adalah

pemerintah Jepang memberlakukan pemeriksaan ketat pada semua reaktor nuklir. Satu demi satu, reaktor-reaktor itu harus ditutup untuk memeriksa ketahanannya terhadap gempa dan tsunami. Pemerintah Jepang memutuskan reaktor-reaktor itu siap untuk dioperasikan, seperti yang dikatakan oleh wakil menteri urusan hubungan masyarakat, Noriyuki Shikata. Walaupun kebijakan untuk meloloskan reaktor ini sudah disetujui akan tetapi reaktor tersebut tetap belum dioperasikan. Seorang wakil menteri Shikata mengatakan pemerintah Jepang belum menentukan waktu yang pasti untuk batas dalam pengoperasian kembali PLTN - PLTN itu. Ia mengatakan Jepang terus melakukan “dialog yang sangat intim” dengan para pimpinan prefektur, termasuk prefektur-prefektur yang berdekatan dengan Fukui. Shikata mengakui, menghidupkan kembali pembangkit nuklir yang gagal sebelum musim panas ini adalah salah satu hal yang sedang dipertimbangkan oleh Pemerintah Jepang. Untuk beberapa waktu Jepang mengisi tenaga listrik yang kurang dari nuklir adalah dengan impor batu bara, minyak, dan gas alam yang biayanya mahal. Keadaan ini membuah ketahanan tenaga listrik Jepang tentu melemahkan perekonomiannya, dan menyebabkan emisi-emisi gas rumah kaca di negara itu naik (voaindonesia, 2012).

Bencana alam gempa bumi dan tsunami telah membuat pemerintah merumuskan strategi untuk penanganan bencana alam. Kebijakan – kebijakan yang termuat dalam undang-undang tersebut berisikan mengenai definisi bencana alam, tanggung jawab pemerintah nasional, pemerintah daerah, dan masyarakat sipil ketika terjadinya bencana, perencanaan kebencanaan, pencegahan bencana, respon darurat bencana serta rekonstruksi pasca bencana. Upaya yang dilakukan oleh pemerintah Jepang dalam menyusun undang – undang anti bencananya adalah melakukan pertemuan luar biasa setiap setelah terjadinya bencana dengan kementerian terkait untuk merevisi dan memperbaiki undang-undang yang pernah diberlakukan. Revisi tersebut dibuat berdasarkan

dengan pengalaman tentang apa saja yang kurang dari hasil penanganan bencana sebelumnya. Hal tersebut tentu dilakukan untuk mengurangi korban dan kerugian yang akan diterima ketika bencana alam tersebut terjadi. Dan mempersiapkan pemerintah beserta masyarakat negaranya untuk lebih siap dalam menghadapi bencana yang pasti terjadi di wilayah rawan terjadi bencana seperti Jepang.

Jepang juga memiliki tata kelola bencana yang baik dimana pusat dari pengelolaan tersebut adalah lembaga yang dinamai *Central Disaster Management Council*. Lembaga tertinggi yang bertugas memformulasikan semua kebijakan mitigasi dan perencanaan dan bertugas dalam membahas isu-isu penting lainnya khususnya dalam tingkat nasional ini yang kita sebut dengan *Central Disaster Management Council*. Tugasnya dari lembaga ini adalah melakukan komunikasi dan koordinasi dengan komite – komite bencana daerah yang ada di Jepang ketika mendapatkan sebuah bencana. Kemudian Jepang juga mempunyai sistem teknologi dan riset bencana di Jepang yaitu perhitungan risiko bencana dan sistem informasi bencana untuk memudahkan proses komunikasi dan untuk mengukur cakupan gempa, bencana lainnya, serta kerugian akurasi kebijakan yang akan diambil secara tepat waktu (Bahrin, Penggunaan Disaster Diplomacy yang dilakukan oleh Jepang terhadap China Pasca Gempa Sichuan 2008, 2018).

Pemerintah Jepang dalam menanggulangi bencana alam yang terjadi di Jepang tahun 2011 mengambil kebijakan untuk menggunakan diplomasi digital. Jepang dengan tujuannya yaitu untuk mewujudkan tujuan negara yang dijelaskan secara eksplisit dalam kebijakan luar negerinya mengenai upaya revitalisasi wilayah prefektur Fukushima setelah bencana alam. Jepang melakukan upaya diplomasi sebagai tujuan dari kepentingan nasionalnya. Secara garis besar dari tahun 2011 – 2016 melalui akun media sosialnya ini pemerintah menjalankan diplomasi digital dengan sifat memberikan informasi dan komunikasi satu arah antara pemerintah dan publik. Dalam

hal ini bahwa pemerintah ingin memberikan berbagai informasi yang relevan terkait kejadian bencana alam tersebut dan langkah apa saja yang akan dilaksanakan untuk memperbaiki semua keadaan setelah bencana alam gempa bumi dan tsunami tersebut terjadi (repository.unpar.ac.id, 2017).

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. Menurut berita yang didapatkan dari VOA Indonesia menyatakan bahwa Industri pariwisata Jepang mengalami keterpukulan resesi yang parah. Wisatawan asing, yang biasanya mendatangkan kira-kira 16 milyar dolar pada perekonomian Jepang di tiap tahunnya, telah membatalkan rencana kunjungan ke Jepang setelah terjadinya gempa bumi ditanggal 11 Maret tahun 2011 yang lalu, dan bencana nuklir yang terjadi sesudahnya, yang menghancurkan bagian utara negara Jepang. Promosi besar – besaran telah dilakukan oleh organisasi-organisasi wisata besar Jepang untuk meyakinkan para pengunjung kembali ke Jepang setelah terjadinya bencana alam. Beberapa hotel yang ada di Jepang telah menurunkan sewa hotel akibat dari kurangnya pesanan kamar hotel yang biasa dipesan oleh wisatawan asing yang berkunjung ke Jepang (Herman, 2011). 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.

C. Kondisi Jumlah Wisatawan Jepang Setelah Pemberlakuan Kebijakan Sertifikasi Halal

Setelah melihat bahwa pemerintah mulai gencar dalam melakukan revitalisasi pembangunan dan nuklir di Fukushima, pemerintah lalu menggalakan kembali beberapa trik untuk menarik kembali jumlah wisatawan asing yang masuk ke Jepang setelah bencana alam gempa bumi dan tsunami yang terjadi. Perekonomian yang turun drastis di tahun 2011 tidak dibiarkan begitu saja oleh pemerintah Jepang pada saat itu. Hal ini dibuktikan dengan grafik yang bisa kita lihat dibawah ini yang membuktikan bahwa sejak tahun 2012 telah terjadi kenaikan kembali jumlah wisatawan yang datang berkunjung ke Jepang dan puncak dari mulai ramainya wisatawan kembali yaitu di tahun 2013 ketika pertama kalinya jumlah wisatawan Jepang mencapai angka 10 juta orang wisatawan.

Tabel 3. 2 kedatangan wisatawan Jepang setelah terjadinya bencana alam di Jepang: (statistics.jnto.go.jp)

| Year | Term | Visitor Arrivals | Growth Rate (%) |
|-------------|-------------|-------------------------|------------------------|
| 2013 | Jan – Dec | 10.363.904 | 24.0 |
| 2014 | Jan – Dec | 13413.467 | 29.4 |
| 2015 | Jan – Dec | 19.737.409 | 47.1 |
| 2016 | Jan – Dec | 24.039.700 | 21.8 |
| 2017 | Jan – Dec | 28.691.073 | 19.3 |
| 2018 | Jan – Dec | 31.191.857 | 19.3 |
| 2019 | Jan – Aug | 22.144.896 | 8.7 |

Dengan data yang ditunjukkan oleh *Japan Tourist Statistics* diatas kita bisa melihat bahwa setiap tahun setelah tahun 2011 Jepang selalu mengalami kenaikan jumlah wisatawan asing yang datang ke negaranya. Hal ini terjadi karena upaya pemerintah salah satunya diplomasi digital yang berhasil memberikan efek yang cukup signifikan. Membuktikan bahwa Jepang sebagai negara yang mampu untuk memberikan yang terbaik khususnya di bidang pariwisata untuk menaikkan perekonomiannya. Jika kita lihat data diatas maka terlihat pada tahun 2013, merupakan puncak setelah bencana alam di Jepang terjadi, dimana data diatas menunjukkan Jepang kedatangan lebih dari 10 juta wisatawan asing (Japan National Tourism Organization (JNTO), 2019). Penelitian yang dilakukan oleh WTTC (*World Travel and Tourism Council*) yang bekerja sama dengan *Oxford Economics*, menyatakan bahwa Jepang di tahun 2012 mengalami peningkatan yang cukup baik hingga beberapa tahun kedepan. Setelah diperkirakan bahwa 27% ekonomi Jepang mengalami penurunan setelah bencana alam, ekspor pengunjung diperkirakan akan membuat pemulihan yang kuat pada tahun 2012 dan meningkat lebih dari 21% sehingga menjadi ¥ 1.066,90 miliar dan terus untuk mencapai

pertumbuhan berkelanjutan rata-rata 4% setahun dari tahun 2012 hingga tahun 2022. Kontribusi yang diberikan oleh sektor perjalanan & pariwisata terhadap PDB pada tahun 2012 akan meningkat sebesar 4,4% (dampak langsung) dan 3,4% (total kontribusi, dengan mempertimbangkan dampak tidak langsung dan imbasnya). Pertumbuhan untuk kontribusinya terhadap lapangan kerja, sementara itu, diproyeksikan masing-masing lebih rendah 1,3% dan 0,6% menjadi 1,4 juta pekerjaan langsung di industri dan 4,4 juta pekerjaan langsung, tidak langsung, dan terinduksi yang ada di Jepang. Prospek jangka panjang bahkan lebih sederhana dengan peningkatan tahunan sebesar 0,5% dalam pekerjaan industri langsung dan stagnasi (+ 0,2%) dalam total pekerjaan yang terkait dengan perjalanan & pariwisata selama periode 2012-2022 yang mungkin terbukti tidak memadai untuk melayani perkiraan kenaikan ekspor dan kedatangan pengunjung (World Travel and Tourism Council, 2012).

PDB (Pendapatan Domestik Bruto) Per Kapita Jepang diketahui sebesar 39,315.161 USD pada tahun 2018. Rekor ini naik dibanding dengan pendapatan domestik bruto sebelumnya yaitu sebesar 38,368.161 USD pada tahun 2017. Data Pdb per kapita Jepang yang diperbarui memiliki rata-rata 22,061.155 USD dari tahun 1957 sampai dengan tahun 2018, berdasarkan dengan 62 observasi yang ada. Data yang ada mencapai dengan angka tertinggi yaitu sebesar 48,643.307 USD pada tahun 2012 dan rekor terendah sebesar 331.315 USD (www.ceicdata.com, 2019).

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).