

**DIPLOMASI INDONESIA DALAM MENJADIKAN INDONESIA
SEBAGAI NEGARA TUJUAN UTAMA PARIWISATA HALAL
KELAS DUNIA (2019-2022)**

(Skripsi)

Oleh

**CITRA AYU ROSMALA
NPM 1616071037**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2023**

ABSTRAK

DIPLOMASI INDONESIA DALAM MENJADIKAN INDONESIA SEBAGAI NEGARA TUJUAN UTAMA PARIWISATA HALAL KELAS DUNIA (2019-2022)

Oleh

CITRA AYU ROSMALA

Perkembangan populasi muslim dunia dan meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan muslim menciptakan layanan pariwisata baru yakni pariwisata halal. Indonesia dengan populasi muslim terbanyak di dunia dan telah mendapatkan beberapa penghargaan dalam pariwisata halal memiliki potensi dalam pengembangan pariwisata halal. Namun 2019-2022 Indonesia masih belum menjadi negara tujuan utama pariwisata halal bagi wisatawan muslim dunia. Penelitian ini menggambarkan upaya diplomasi Indonesia dalam menjadikan negara tujuan utama pariwisata halal kelas dunia (2019-2022).

Penelitian ini menggunakan konsep diplomasi pariwisata dan pariwisata halal untuk membantu menjelaskan diplomasi yang dilakukan Indonesia dalam menjadikan Indonesia sebagai negara tujuan utama pariwisata halal kelas dunia (2019-2022). Pengumpulan data dilakukan dengan pendekatan kualitatif deskriptif dari hasil studi pustaka dan dokumentasi terkait Diplomasi Indonesia dalam menjadikan Indonesia sebagai negara tujuan pariwisata halal kelas dunia (2019-2022). Analisis data dilakukan menggunakan teknik analisis Miles, Huberman, dan Saldana dengan melakukan kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan dari data yang diperoleh.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa diplomasi Indonesia dalam menjadikan Indonesia sebagai negara tujuan pariwisata halal kelas dunia (2019-2022) meliputi festival dan pameran, digitalisasi wisata, kebijakan terkait visa, mengundang *travel agent*, *influencer* dan jurnalis serta melasankan kongres. Sedangkan pengembangan produk pariwisata dilakukan dengan pengembangan produk pariwisata halal baik dari segi akses, fasilitas umum, atau sarana prasarana serta pemberdayaan masyarakat. Diplomasi tersebut melahirkan kerjasama antar Indonesia dan 6 negara meliputi Uni Emirat Arab, Arab Saudi, Kamboja, Thailand, Malaysia dan Belarusia dalam pariwisata halal.

Kata kunci: Diplomasi Pariwisata, Pariwisata Halal, Halal Dunia, Kerjasama Pariwisata.

ABSTRACT

INDONESIA DIPLOMACY IN MAKING INDONESIA AS WORLD-CLASS HALAL TOURISM DESTINATION COUNTRIES (2019-2022)

By

CITRA AYU ROSMALA

The development of the world's Muslim population and the increasing number of Muslim tourist arrivals have given rise to a new tourism service known as halal tourism. Indonesia, with the world's largest Muslim population and several awards in halal tourism, holds great potential in this field. The aim of this study is to describe Indonesia's diplomatic efforts in establishing itself as a world-class halal tourism destination between 2019 and 2022. The study employs the concepts of tourism diplomacy and halal tourism to explain the diplomatic initiatives undertaken by Indonesia during this period. This research adopts a descriptive qualitative approach, utilizing data collection techniques such as literature review and documentation. The data analysis technique employed is Miles, Huberman, and Saldana, which involves condensing data, presenting data, and drawing conclusions. The study's findings show that Indonesia's diplomacy in making itself a world-class halal tourism destination between 2019 and 2022 includes festivals and exhibitions, travel digitalization, visa-related policies, inviting travel agents, influencer and journalists, and organizing congress. Meanwhile, the development of tourism products is carried out by developing halal tourism products both in access and community empowerment. Additionally, diplomacy specifically related to halal tourism has not been widely pursued, with only 3 in 6 countries engaged in tourism.

Keywords: Tourism Diplomacy, Halal Tourism, World Halal, Tourism Cooperation.

**DIPLOMASI INDONESIA DALAM MENJADIKAN INDONESIA SEBAGAI
NEGARA TUJUAN UTAMA PARIWISATA HALAL KELAS DUNIA
(2019-2022)**

Oleh

CITRA AYU ROSMALA

Skripsi

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA HUBUNGAN INTERNASIONAL

Pada

**Jurusan Hubungan Internasional
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



**JURUSAN HUBUNGAN INTERNASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG**

2023

Judul Skripsi : **Diplomasi Indonesia Dalam Menjadikan
Indonesia Sebagai Negara Tujuan Utama
Pariwisata Kelas Halal Dunia (2019-2022)**

Nama Mahasiswa : **Citra Ayu Rosmala**

Nomor Pokok Mahasiswa : **1616071037**

Jurusan : **Hubungan Internasional**

Fakultas : **Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

MENYETUJUI

1. Komisi Pembimbing


Tety Rachmawati, S.I.P., M.A

NIP. 199203092019032020


Rahayu Lestari, S.I.Kom., M.A

NIP. 198902122022032005

2. Ketua Jurusan Hubungan Internasional


Simon Sumanjoyo Hutagalung, S.A.N., M.P.A

NIP. 198106282005011003

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : **Tety Rachmawati., S.I.P., M.A.**



Sekretaris : **Rahayu Lestari., S.I.Kom., M.A.**



Penguji Utama : **Gita Karisma, S.I.P., M.Si.**



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dra. Ida Nurhaida, M.Si.
NIP. 19610807 198703 2 001

Tanggal Lulus Ujian Skripsi: **13 Juni 2023**



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS LAMPUNG

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JURUSAN HUBUNGAN INTERNASIONAL

Jalan Prof. Dr. Soemantri Brojonegoro Nomor 1 Bandar Lampung, 35145
Telepon / Fax. (0721)704626 Laman: <http://hi.fisip.unila.ac.id>



PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa

1. Karya tulis saya, skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana), baik di Universitas Lampung maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan komisi pembimbing dan penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan sebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah berlaku di Universitas Lampung.

Bandar Lampung, 7 Juni 2023
Yang membuat pernyataan,



Citra Ayu Rosmala
1616071037

RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Bandar Lampung pada tanggal 30 Juni 1996 dari pasangan Ayah Heri Winoto dan Ibu Emi Kurniasih, S.Pd. Penulis merupakan anak sulung dari dua bersaudara dengan satu adik bernama Muhammad Hafidz Asa Wiguna. Penulis mulai menempuh pendidikan formal di TK Beringin Raya, Kemiling, Bandar Lampung. Penulis kemudian melanjutkan pendidikan formalnya ke SDN I Beringin Raya, SMPN 14 Bandar Lampung, dan SMA pada Pondok Modern Darussalam Gontor Putri 1 dan 2 Mantingan, Ngawi, Jawa Timur serta sempat menimba ilmu pada Jurusan Pendidikan Bahasa Arab di Universitas Darussalam Gontor selama 2 semester. Pada tahun 2016, penulis diterima sebagai mahasiswa program S-1 di Jurusan Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung melalui jalur SBMPTN (Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri). Selama masa perkuliahan, penulis aktif mengikuti kegiatan akademik, antar lain Pemilihan Mahasiswa Berprestasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Tahun 2017, *Delegates Council of Foreign Minister on Model OIC Indonesia* Tahun 2019, *Indonesia Islamic Young Leaders Summit Panel Session* Tahun 2019. Penulis juga aktif mengikuti kegiatan non-akademik, salah satunya dengan mengikuti perlombaan *Musbaqah Tilawatil Quran Islamic Culture IV* Forum Studi Pengembangan Islam FISIP UNILA, perwakilan Unila di Universitas Brawijaya Malang dalam *Musabaqah Tilawatil Qur'an* Mahasiswa Nasional XV Tahun 2017 dalam bidang Debat Kandungan Isi Al-Quran dengan Bahasa Arab, Mengikuti Program *Takhosus Tahfidzul Qur'an* Angkatan VI Masjid Al-Wasii Unila 2017, bergabung sebagai *volunteer* pada *Socialize The Education (STE) Project* 2016.

Selain itu, penulis juga pernah tergabung di kepengurusan Pengurus Himpunan Mahasiswa Jurusan Hubungan Internasional (PHMJ HI) 2017 sebagai *Project Protocol in Functional External Relation Business Development*. Padatahun 2021, penulis mengikuti program PKL di Lembaga Pemasyarakatan Perempuan Kelas IIA Bandar Lampung Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Kantor Wilayah Lampung.

Motto

Never too old to learn

(Gontor's Quotes)

Allah has perfect timing, never only and never late

it takes a little patience

لَنْ تَرْجِعَ الْأَيَّامَ الَّتِي مَضَتْ

“Tidak akan kembali hari-hari yang telah berlalu”

PERSEMBAHAN

Untuk Ayahanda, Ibunda, Adik dan Suami terkasih
Serta seluruh pembaca

SANWACANA

Puji dan syukur penulis ucapkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat dan hidayah-Nya-lah skripsi ini dapat selesai. Skripsi dengan judul *Diplomasi Indonesia dalam Menjadikan Indonesia sebagai Negara Tujuan Utama Pariwisata Halal Kelas Dunia (2019-2022)* ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Hubungan Internasional di Universitas Lampung. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dra. Ida Nurhaida, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung;
2. Simon Sumanjoyo Hutagalung, S.A.N., M.P.A., selaku Ketua Jurusan Hubungan Internasional Universitas Lampung;
3. Madame Prof. Dr. Ari Darmastuti, M.A., selaku Ketua Jurusan Hubungan Internasional Universitas Lampung tahun 2018-2022;
4. Bapak Drs. Agus Hadiawan., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Utama Skripsi penulis yang telah memasuki masa purnabakti dan selalu membimbing penulis dalam mengerjakan skripsi sampai dengan seminar usul penelitian;
5. Mba Tety Rachmawati, S.I.P., M.A., selaku Dosen Pembimbing Utama Skripsi, yang senantiasa sabar dan selalu meluangkan banyak waktunya dalam membimbing penulis selama masa perkuliahan dan penulisan skripsi;
6. Mba Rahayu Lestari. S.I.P, M.A., selaku Dosen Pembimbing Pendamping Skripsi, yang telah memberikan waktu, ilmu dan motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi dengan cepat dan tepat serta senantiasa memberikan arahan dan masukan dalam skripsi;
7. Mba Gita Karisma, S.I.P., M.Si., selaku Dosen Penguji Skripsi sekaligus Dosen Pembimbing Akademik yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan kuliah di Jurusan HI Unila dan memberikan ilmunya selama

penulis menjadi mahasiswa perkuliahan Mb Gigi serta memberikan banyak masukan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi;

8. Abang Hasbi Sidik, S.IP., M.A., selaku Sekretaris Jurusan Hubungan Internasional Universitas Lampung, yang telah memberikan banyak arahan dan masukan kepada penulis selama penulis melakukan studi di HI Unila;
9. Seluruh dosen dan staf Jurusan Hubungan Internasional Universitas Lampung, yang telah banyak memberikan waktu, ilmu dan bantuan kepada penulis selama masa perkuliahan hingga penulisan skripsi;
10. Kedua orang tua yang telah merawat penulis sejak lahir hingga saat ini dan memberikan penulis kesempatan untuk dapat mengenyam pendidikan hingga jenjang S-1 dan telah sabar dalam menunggu penulis untuk menyelesaikan masa studi di HI Unila;
11. Suamiku Mas Damar Wicaksana yang selalu sabar dan mendukung serta membantu penulis dalam setiap kondisi dan situasi selama berkuliah di HI Unila;
12. Keluargaku Bapak Saiful, Ibu Elva, Hafizh, Ajron, Mba Ulan, Bang Fauzan, Serta Keponakanku yang lucu-lucu Zhofir, Yumna, Ihza dan Sheo serta keluarga besar Bayumi yang telah memberikan dukungan moril kepada penulis selama proses penulisan skripsi:
13. Rodo, Nabilla, Ulfa, Dwi, Niluh, Rika yang telah membantu penulis selama proses penulisan skripsi sejak seminar usul penelitian, seminar hasil penelitian, hingga ujian komprehensif;
14. Suci, Nabillah, Ruth, Elisabeth, Bintang, Pio, Daniel dan teman-teman HI Unila angkatan 2016 yang telah membantu penulis selama proses perkuliahan dan skripsi;
15. Bindik Squad Lapas Perempuan Kelas IIA Bandar Lampung, khususnya Uni Rini, Daing Suci dan Integrasi Crew yang telah banyak membantu penulis dalam bekerja dan untuk menyelesaikan studi di HI Unila;
16. Seluruh teman-teman HI Unila angkatan 2014-2018 yang telah membantu penulis selama proses perkuliahan;

17. Serta semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Bandar Lampung, 13 Juni 2023

Citra Ayu Rosmala

NPM. 1616071037

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR	iv
DAFTAR SINGKATAN	v
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Kegunaan Penelitian.....	8
1.5. Manfaat Penelitian.....	8
II. TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1. Penelitian Terlebih Dahulu.....	10
2.2. Landasan Teori dan Konseptual	20
2.2.1. Diplomasi Pariwisata.....	20
2.2.2. Pariwisata Halal.....	23
2.3. Kerangka Pemikiran	26
III. METODOLOGI PENELITIAN	27
3.1. Metode Penelitian.....	27
3.2. Fokus Penelitian	27
3.3. Jenis dan Sumber Data	28
3.4. Teknik Pengumpulan Data	29
3.5. Teknik Analisis Data	29

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	31
4.1 Kondisi Pariwisata Halal Indonesia (2019-2022).....	31
4.2. 10 Destinasi Pariwisata Halal di Indonesia	41
4.3. Diplomasi Pariwisata Halal Indonesia.....	54
4.3.1. Festival dan Pameran.....	55
4.3.2. Digitalisasi Wisata Halal	60
4.3.3. Mendatangkan <i>Influencer</i> , <i>Travel Agent</i> dan <i>Jurnalis</i>	64
4.3.4. Kebijakan bebas Visa	66
4.3.5. Kongres.....	67
4.4.4 Pengembangan Produk Pariwisata Halal.....	70
4.4.3 Kerjasama Pariwisata Halal Indonesia	74
V. KESIMPULAN.....	80
5.1 Kesimpulan.....	80
5.2 Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	82

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1.1. Lima Negara Tujuan Utama Pariwisata Halal Paling Tinggi Dunia.....	2
Tabel 1.2. Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara di Indonesia	6
Tabel 2.1. Rangkuman Penelitian Terdahulu	16
Tabel 2.2. Definisi Pariwisata Halal	25
Tabel 4.2. Rangking Provinsi dalam IMTI 2019	44
Tabel 4.1. Kerjasama Indonesia dengan negara lainnya dalam Pariwisata (2000-2022)	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1. Peta Konsep.....	26
Gambar 2. Grafik Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara di Indonesia Tahun 2019.	32
Gambar 3. Grafik Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara di Indonesia Tahun 2020.	35
Gambar 4. Grafik Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara di Indonesia Tahun 2021.	38
Gambar 5. Grafik Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara di Indonesia Tahun 2022.	40
Gambar 6. Peta Daerah Wisata Halal Indonesia 2019.	42
Gambar 7. Kontingen Banyuwangi saat penampilan di festival Janadriyah ke 33	56
Gambar 8. <i>Stand</i> Indonesia dalam Festival Janadriyah ke 33 di Riyadh.....	57
Gambar 9. <i>Stand</i> Indonesia di International Islamic & Halal Festival 2019	58
Gambar 10. Tarian Rantak Saat <i>7th Philippine Halal Trade and Tourism Expo 2022</i> di Abreeza Mall, Davao City.	59
Gambar 11. <i>Virtual Tour</i> Kemenparekraf.....	61
Gambar 12. Penggunaan hastag #wisatahalal di instargram.....	62
Gambar 13. Logo Pariwisata Halal	63
Gambar 14. Influencer dan Jurnalis Mesir dan Arab Saudi Mengunjungi Bali....	65
Gambar 15. <i>Influencer</i> dari Malaysia mengikuti famtrip (familiarization trip) di Banyuwangi.	66
Gambar 16. Momen Presiden Indonesia Joko Widodo Melakukan Obolan Bersama Muhammed Bin Salman.....	69
Gambar 17. Aplikasi Treetan (Penyedia Jasa Wisata Halal).	71
Gambar 18. Website Cheria Travel.....	72
Gambar 19. Paket Tour Halal Cheria 2023	72

DAFTAR SINGKATAN

ASITA	: Association of The Indonesian Tours and Travel Agencies
BAS	: <i>Branding-Advertising-Selling</i>
DOT	: <i>Destination-Origin-Time</i>
DSN	: Dewan Syariah Nasional
GMTI	: Global Muslim Travel Indeks
FGD	: <i>Focus Group Discussion</i>
ICT	: <i>Information, Communication, Technology</i>
IMT-GT	: <i>Indonesia-Malaysia-Thailand Growth Triangle</i>
IMTI	: Indonesia Muslim Travel Index
Kemenparekraf	: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif
MICE	: <i>Meeting, Incentive, Conference dan Exhibition</i>
MoU	: <i>Momerandum of Understanding</i>
MIM	: Muslim Industrialist and Manufactures
MUI	: Majelis Ulama Indonesia
OIC	: Organization of Islamic Cooperation
PDB	: Produk Domestik Bruto
PHRI	: Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia
POSE	: <i>(Paid Media, Owned Media, Social Media, Endorser)</i>
Renstra	: Rencana Strategis
RPJMN	: Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional
WISMAN	: Wistawan Mancanegara
WTTC	: World Travel and Tourism Council
3A	: <i>Authentic, Affordable dan Accessible</i>

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pariwisata menjadi sektor penting dalam hubungan internasional. Hal tersebut dikarenakan pariwisata banyak digunakan oleh negara untuk memberikan kesempatan kerja, mempromosikan masing-masing negara, meningkatkan devisa, serta sampai dengan menciptakan perdamaian. Pariwisata juga merupakan sektor penting yang berkontribusi dalam penyedia lapangan pekerjaan dan perekonomian dunia. Dari data World Travel and Tourism Council (WTTC) menjelaskan bahwasanya sebelum pandemi, pada tahun 2019 pariwisata memberikan 1 dari 3 pekerjaan baru di dunia. Dampak yang diberikan pariwisata secara langsung maupun tidak langsung yakni terhadap jumlah lapangan pekerjaan sebanyak 10,3% atau setara dengan 333 juta pekerjaan diciptakan. Sedangkan saat pandemi 62 juta pekerjaan hilang dan turun sekitar 18,6% (World Travels and Tourism Council, 2021). Selain itu data dari WTTC pada tahun 2019 sebelum pandemi pariwisata global telah memberikan sumbangan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) global sejumlah 9,6 Triliun dolar AS atau setara dengan 10,3% dari PDB (World Travels and Tourism Council, 2021). Sedangkan saat pandemi turun sebanyak -50,4% dan menjadi 4,9 Triliun dolar AS dan setelah pandemi meningkat sebanyak 21,7% atau 1 Triliun dolar AS (World Travels and Tourism Council, 2021). Sehingga pariwisata tidak hanya memberikan pengaruh terhadap kesempatan kerja tetapi juga dalam peningkatan pertumbuhan ekonomi serta mampu mengurangi angka kemiskinan.

Perkembangan pariwisata di dunia dengan potensinya juga menciptakan layanan pariwisata baru yakni Pariwisata Halal. Banyaknya jumlah populasi muslim dunia yang terus meningkat yakni pada 2014 sejumlah 1,7 miliar orang dan pada tahun 2022 berjumlah 2 miliar orang atau sebanyak 25% dari jumlah

penduduk dunia. Angka tersebut juga diperkirakan akan naik pada tahun 2030 menjadi 2,3 miliar (World Travels and Tourism Council, 2021). Serta adanya kunjunganwisata muslim tumbuh secara cepat. Pada 2014 diperkirakan terdapat mobilitas wisatawan muslim di seluruh dunia hanya mencapai 108 juta orang sedangkan pada tahun 2019 sebelum pandemi mencapai 160 juta dan akan tumbuh sebesar 230 juta pada tahun 2026 (Master CrescentRating, 2022). Angka tersebut menjadi hal yang menarik untuk memulai pelayanan jasa Pariwisata Halal di beberapa negara dunia.

Telah menjadi kebutuhan global dalam mengembangkan pariwisata halal yang ramah terhadap wisatawan muslim. Laporan Ekonomi Islam Global tahun 2020/2021 yang diterbitkan pada November 2020 oleh *Salaam Gateway*, pada tahun 2019 tercatat 200,3 juta perjalanan yang dilakukan wisatawan muslim global, sebanyak 194 miliar dolar AS telah dikeluarkan dalam perjalanan tersebut. Artinya, wisatawan muslim dunia menjadi potensi pasar yang besar (Kementrian Agama RI, 2022). Banyak negara-negara dunia yang telah menerapkan Pariwisata Halal sebagai salah satu layanan pariwisata di negaranya. Terdapat 138 negara yang telah menerapkan Pariwisata Halal berdasarkan laporan Global Muslim Travel Index (GMTI) 2019 (Master CrescentRating, 2022). Melihat besarnya pasar yang dimiliki, Pariwisata Halal tidak hanya dilakukan oleh negara dengan jumlah mayoritas penududuknya beragama Islam tetapi juga negara dengan minoritas penduduk beragama Islam seperti Rusia, Prancis. Bahkan pada tahun 2018 dan 2019 Rusia dan Prancis masuk dalam 5 besar negara tujuan utama pariwisata halal dunia. Berikut daftar 5 negara tujuan utama wisata halal pada tahun 2018-2021 versi Global Islamic Economy.

Tabel 1.1. Lima Negara tujuan utama Pariwisata Halal Paling Tinggi Dunia

Rangking	2018 dan 2019			2020 dan 2021		
	Negara	Jumlah Wisatawan (Juta)	Populasi muslim (Juta)	Negara	Jumlah Wisatawan (Juta)	Populasi muslim (Juta)
1	Turki	6,4	79,8	Turki	5,7	79,8
2	UEA	6,2	4,6	Saudi Arabia	4	4,6

3	Rusia	5,6	20	UAE	3,2	20
4	Prancis	5	5,7	Iran	2,4	5,7
5	Malaysia	4,8	16,3	Malaysia	2,4	16,3

Sumber : Data dikelola oleh peneliti

Data diatas menjelaskan bahwasanya negara dengan jumlah penduduk muslim yang besar tidak menjamin akan menjadi sebagai tujuan wisata halal dunia. Padahal jumlah wisatawan muslim dan seberapa banyak yang dihabiskan dalam wisata setiap tahunnya pun memiliki kenaikan jumlah, pada tahun 2018 sebanyak 1,6 triliun dolar dihabiskan oleh wisatawan global dengan presentase 12% dihabiskan oleh wisatawan muslim. Sedangkan pada 2019 terdapat 1,66 triliun dolar dihabiskan oleh wisatawan muslim global dengan presentase 12% dihabiskan wisatawan muslim dan pada tahun 2020 dan 2021 terdapat 945 miliar dihabiskan untuk pariwisata dengan presentase 11% dilakukan oleh wisatawan muslim (Dinar Standar, 2022). Dengan kenaikan jumlah wisatawan dan berapa yang dihabiskan setiap tahunnya memberikan potensi sumber pemasukan negara dalam pariwisata khususnya pariwisata halal.

Salah satu negara dengan jumlah mayoritas penduduk muslim terbesar sehingga memiliki potensi pasar besar dalam Pariwisata Halal yakni Indonesia. Namun Indonesia belum menjadi negara tujuan utama pariwisata halal terbesar dunia. Padahal dengan jumlah penduduk muslim sebanyak 236,53 juta jiwa dan memiliki jumlah muslim terbanyak di dunia (Direktorat Jendral Kependudukan dan Pencatatan Sipil, 2021) dapat menjadikannya sebagai negara yang menjanjikan dalam mengembangkan Pariwisata Halal didalamnya. Jumlah penduduk muslim Indonesia mewakili 12% dari jumlah populasi muslim dunia dan telah melakukan belanja produk dan jasa halal domestic dengan capaian kisaran USD 218,8 miliar pada tahun 2017 atau sekitar 22% terhadap total PDB Indonesia (Bank Indonesia, 2020). Ketua Dewan Pembina Pengurus Pusat Masyarakat Ekonomi Syariah juga menerangkan bahwasanya PDB Indonesia pada tahun 2022 mulai meningkat 25,4%, pariwisata ramah muslim merupakan salah satu dari 4 kontributor lainnya (Maramis, 2022). Sehingga potensi populasi

muslim yang dimiliki Indonesia dapat dimanfaatkan secara maksimal dalam perkembangan Pariwisata Halal.

Perkembangan potensi Pariwisata Halal di Indonesia dilakukan dengan pelaksanaan beberapa program mengenai percepatan pembangunan pariwisata oleh pemerintah Indonesia. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif juga membentuk Tim Percepatan Pengembangan Pariwisata Halal. Wujud lain keseriusan Indonesia dalam pariwisata yakni dibangunnya strategi Masterplan Industri Halal Indonesia yang akan diluncurkan pada kuartal IV 2022 dan akan masuk kedalam Rencana Kerja Pemerintah yang dikenal dengan Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional dan Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional (Agus, 2022). Pariwisata juga telah ditetapkan sebagai sektor unggulan (*leading sector*) dari 5 sektor lainnya¹ dalam RPJMN tahun 2020-2024, hal tersebut dikarenakan pariwisata memiliki pertumbuhan positif baik dalam jangka waktu pendek maupun panjang (Deputi Bidang Pengembangan Industri dan Kelembagaan Kementerian Pariwisata, 2019). Perkembangan Pariwisata Halal di Indonesia memiliki kerangka yang jelas untuk dapat berkembang dengan maksimal.

Wujud pelaksanaan pengembangan program Pariwisata Halal di Indonesia telah ditunjukkan dengan adanya prestasi yang didapatkan Indonesia didalamnya. Dalam peringkat Global Muslim Travel Index (GMTI) tahun 2022, pariwisata halal Indonesia berhasil meraih peringkat kedua dalam destinasi wisata halal mengungguli dari 136 negara lainnya, yang sebelumnya Indonesia berada di urutan keempat dunia. Indikator destinasi wisata terbaik versi GMTI ini memiliki 4 indikator yakni: 1. Kemudahan akses ke tempat tujuan 2. Komunikasi atau pemasaran tempat tujuan 3. Lingkungan yang mendukung baik dari keamanan, iklim dan keberlanjutan lingkungan 4. Pelayanan di tempat tujuan. Sebelumnya Indonesia juga pernah mendapatkan julukan “*World’s Best Halal Travel Destination*” versi GMTI pada 2019 (Nursalikhah, 2019). Indonesia juga

¹Dalam lima tahun kedepan Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2020-2024 menetapkan 6 (enam) elemen pembangunan ekonomi yakni: 1. Bidang pangan dan pertanian, 2. Bidang kemaritiman 3. Bidang perikanan, 4. Bidang industri 5. Bidang pariwisata, ekonomi kreatif, dan juga ekonomi digital. Keenam sektor ini ditetapkan dengan pertimbangan perannya secara signifikan terhadap pembangunan nasional dalam jangka waktu pendek, menengah, maupun panjang.

dinobatkan sebagai negara terindah di dunia versi Forbes (Bloom, 2022). Dengan adanya prestasi yang dimiliki Indonesia memberikan sumbangan optimisme bagi Indonesia dalam mewujudkan sebagai negara destinasi wisata halal kelas dunia pada tahun 2024.

Ambisi dalam mewujudkan Indonesia sebagai wisata halal kelas dunia juga didorong dengan rencana Indonesia untuk menjadi Negara tujuan utama Pariwisata Halal Kelas Dunia pada tahun 2024. Hal tersebut didukung dengan pertumbuhan konsumsi muslim dunia dalam pariwisata halal global yang sebelum pandemi covid-19² diperkirakan akan naik 6,4% setiap tahunnya (Dinar Standar, 2019). Tahun 2019 sebelum pandemi covid-19 konsumsi muslim dalam pariwisata halal telah mencapai 194 Juta Dolar AS (Dinar Standar, 2020). Sehingga dengan adanya potensi yang besar ini, Indonesia dapat melakukan pemberdayaan penuh dalam merealisasikan sebagai wisata halal kelas dunia.

Indonesia juga telah melakukan beberapa program aksi untuk menjadikannya sebagai negara tujuan utama pariwisata halal. Program tersebut tertuang dengan adanya Rencana Strategis (Renstra) Pariwisata Halal 2019-2024 yang dikeluarkan oleh Deputi Bidang Pengembangan Industri dan Kelembagaan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) pada tahun 2019. Renstra tersebut berisikan mengenai 7 sasaran strategi pemerintah dalam menjadikan Indonesia sebagai negara tujuan utama pariwisata halal kelas dunia pada tahun 2024. (Deputi Bidang Pengembangan Industri dan Kelembagaan Kementerian Pariwisata, 2019). 7 sasaran strategis tersebut menjadi acuan kinerja pemerintah dalam mewujudkan Indonesia sebagai wisata halal kelas dunia. Selain itu, usaha pemerintah dalam menjadikan Indonesia sebagai negara tujuan utama pariwisata halal tidak hanya dilakukan dengan strategi dalam negeri namun juga dilakukan dengan promosi ke luar negeri dengan bentuk diplomasi. Diplomasi sebagai bentuk usaha negara dalam memberikan informasi atau pengetahuan

²Adanya pandemi covid-19 pada tahun 2020 memberikan penurunan performa terhadap 6 sektor halal terutama Pariwisata Halal. Pengeluaran konsumen pada Pariwisata Halal pada 2021 hanya mencapai 1,94 miliar dolar AS dari seluruh pengeluaran 6 sektor halal yang berjumlah 2,02 Triliun dolar AS (Dinar Standar, 2022). Pada sektor pariwisata mengalami penurunan sebesar -70% pada saat pembatasan sosial berlangsung (Anastasya, 2022). Sedangkan untuk pengunjung wisatawan saat pandemi 2020 hanya mencapai angka 1,5 juta orang dan turun sebanyak 2,55 juta orang dari tahun 2019 (Kemenpanrb, 2021). Kontribusi yang diberikan oleh pariwisata terhadap devisa negara juga menurun yang sebelumnya mencapai 16,9 miliar dolar menjadi hanya 3,2 miliar dolar pada 2020 (Kemenpanrb, 2021).

mengenai negaranya terhadap masyarakat baik dalam negeri maupun luar negeri. Melalui diplomasi persepsi positif suatu negara akan terbangun dan akan mengubah opini mengenai negara tersebut. Pada tahun 2022 usaha Indonesia untuk menjadi negara tujuan utama pariwisata halal belum terlihat, hal tersebut dibuktikan pada tahun 2022 Indonesia belum menjadi negara tujuan utama pariwisata halal. Sedangkan Turki masih menjadi nomor 1 sebagai negara tujuan utama pariwisata halal.

Selain itu, menurut data Kemenparekraf dalam webinar *New Paradigm of Indonesia Tourism Industry Trend 2023* terdapat 10 negara wisman terbanyak yang mengunjungi Indonesia pada tahun 2019 yakni sebelum pandemi covid-19 maupun pada tahun 2022.

Tabel 1.2. Jumlah Wisatawan Mancanegara yang berkunjung di Indonesia

No	2019	Kunjungan	2020	Kunjungan
1	Malaysia	2.493.100	Timor Leste	966.996
2	China	1.770.600	Malaysia	740.020
3	Singapura	1.550.900	Singapura	26.418
4	Australia	1.144.700	Belanda	17.453
5	Timor Leste	989.500	Amerika Serikat	16.420
6	India	539.100	China	14.906
7	Jepang	440.600	Papua Nugini	14.456
8	Amerika Serikat	379.700	Filipina	8.692
9	Inggris	333.700	India	4.375
10	Korea Selatan	322.200	Thailand	3.618

Sumber: Webinar *New Paradigm of Indonesia Tourism Industry Trend 2023*

No	2021	Kunjungan	2022	Kunjungan
1	Timor Leste	818.765	Malaysia	776.700
2	Malaysia	477.531	Timor Leste	561.100
3	Papua Nugini	31.688	Australia	472.800
4	Singapura	16.948	Singapura	386.900
5	Amerika Serikat	13.550	India	181.700
6	China	10.757	Inggris	124.900
7	Belanda	9.457	Amerika Serikat	122.100
8	Filipina	6.736	Perancis	110.800
9	Swedia	3.022	Jerman	102.300
10	Thailand	2.677	China	94.400

Sumber: Kemenparekraf.go.id

Dari data diatas menjelaskan bahwasanya kunjungan wisatawan mancanegara di Indonesia masih didominasi oleh negara tetangga yakni Malaysia, Timor Leste dan Singapura. Sedangkan negara dengan populasi muslim terbesar nomor 3 dunia yakni India (Review, 2023) masih jauh dari jumlah kunjungan wisatawan daripada Malaysia. Sedangkan negara seperti Bangladesh, Pakistan, Sudan, Nigeria, Iran, Mesir, Turki, dan Aljazair yang merupakan jumlah *market* muslim terbesar dalam pariwisata halal di Indonesia masih belum masuk dalam 10 besar pengunjung wisman di Indonesia pada tahun 2019-2022. Sedangkan Turki sebagai negara dengan tujuan wisata halal mendapatkan kunjungan terbesar dari negara dengan mayoritas muslim dunia seperti Saudi Arabia, Indonesia, dan negara dengan minoritas muslim Korea Selatan, Jepang (Arrivals, 2023).

Oleh karena itu dengan belum menjadinya Indonesia sebagai negara tujuan utama pariwisata halal dunia dengan potensi keragaman sumber daya pariwisata nasional, infrastruktur dan lingkungan yang memenuhi kebutuhan muslim. Menjadikan peneliti untuk mencari lebih mendalam mengenai Indonesia yang belum menjadi negara tujuan utama pariwisata halal pada tahun 2022. Penelitian ini akan membahas hal-hal apa saja yang dilakukan oleh pemerintah guna menjadikan Indonesia sebagai negara tujuan utama pariwisata halal kelas dunia pada tahun 2024.

1.2. Rumusan Masalah

Pariwisata Halal memiliki potensi yang besar bagi Indonesia untuk dapat meningkatkan perekonomian negaranya. Dengan jumlah populasi masyarakat muslim yang terbesar di dunia serta prestasi pariwisata versi GMTI sebagai “*World’s Best Halal Travel Destination*” pada 2019, Indonesia juga dinobatkan sebagai negara terindah di dunia versi Forbes 2022, Indonesia menjadi negara yang berpotensi dalam pengembangan pariwisata halal yang juga menjadi salah satu sumber pertumbuhan baru dan roda penggerak perekonomian Indonesia. Namun dibalik adanya potensi besar tersebut, pariwisata halal di Indonesia justru belum menjadi tujuan utama masyarakat muslim dunia. Negara dengan sumber

wisatawan muslim domestik yang tinggi belum menjadikan Indonesia sebagai negara tujuan utama wisata halal. Sehingga penelitian ini memunculkan pertanyaan “*Bagaimana Diplomasi Indonesia dalam menjadi Negara Tujuan Utama Pariwisata Halal Kelas Dunia (2019-2022)?*”.

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian pada penelitian ini adalah:

1. Menjelaskan kondisi pariwisata halal Indonesia tahun 2019-2022.
2. Menganalisis upaya diplomasi Indonesia dalam menjadi negara tujuan utama pariwisata halal kelas dunia pada tahun 2019-2022.

1.4. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Secara Akademis

Kegunaan penelitian bagi lingkungan akademik dapat menambah wawasan dan pengetahuan terkait kajian Hubungan Internasional khususnya konsep diplomasi pariwisata dan pariwisata halal.

2. Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu melihat diplomasi Indonesia untuk menjadi Negara tujuan utama Pariwisata Halal Kelas Dunia pada tahun 2019-2022.

1.5. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Secara Akademis

Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi pengetahuan baru mengenai Pariwisata Halal Indonesia bagi mahasiswa

Hubungan Internasional mau pun bagi masyarakat umum sehingga dapat menjadi refrensi penelitian selanjutnya.

2. Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat sebagai rekomendasi atau bahan pertimbangan bagi pembuat kebijakan di Indonesia untuk mengambil strategi dalam mewujudkan Indonesia sebagai Negara tujuan utama Pariwisata Halal Kelas Dunia khususnya Pada Tahun 2024.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terlebih Dahulu

Beberapa penelitian sebelumnya yang sesuai dengan tema strategi pemerintah dalam Pariwisata Halal dalam menjadikan Indonesia sebagai negara tujuan utama Pariwisata Halal kelas dunia 2024 yakni penelitian dari: Alwafi Ridho Subarkah, Cecep Nanang Solahudin dan Agustika Ratu, Nindya Waras Sayekti, Dhany Putra Pratama, Cyntia Keliat dan I Gede Eko Putra, Belly Rahmon dan Asbi Ali, Mohd Shukri Yazid, dari beberapa penelitian tersebut yang dekat dengan penelitian ini, sebagai berikut:

1. Penelitian pertama yang ditulis oleh Alwafi Ridho Subarkaj pada tahun 2018 (Subarkah, 2018) menjelaskan bahwasanya Nusa Tenggara Barat menjadi salah satu aktor dalam diplomasi publik untuk mengembangkan pariwisata halal di Indonesia yang berpotensi dalam kemajuan ekonomi lokal. Tren Pariwisata Halal bertumbuh cepat dibarengi dengan pertumbuhan pengunjung muslim yang juga dapat dimanfaatkan oleh NTB sebagai market yang sesuai dengan nilai sosial budaya yang berlaku di NTB. Penelitian ini juga menjelaskan bahwasanya beberapa hal yang dapat memengaruhi keputusan milenial yakni 3A (*Authentic, Affordable* dan *Accessible*). Namun, penelitian ini kurang menjelaskan kemajuan ekonomi lokal yang berdampak dengan adanya Pariwisata Halal. Penelitian ini menggunakan teori diplomasi publik serta konsep *halal tourism* dan menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian tersebut menjelaskan bahwasanya potensi dan prospek Pariwisata Halal terus meningkat seiring dengan jumlah milenial muslim yang bertambah, milenial muslim merupakan

pasar utama dalam Pariwisata Halal sehingga diperlukannya promosi melalui internet. Penelitian ini juga menjelaskan adanya kesesuaian dengan menjadikan NTB sebagai wisata halal dikarenakan adanya tiga hal yang menjadikan NTB sebagai potensi wisata halal dunia yakni 1. fasilitas ibadah mudah ditemukan yakni dengan jumlah 4500 masjid di 598 desa 2. jaminan halal pada makanan dan tempat tinggal 3. tujuan tempat wisata halal. Penelitian ini menggunakan teori diplomasi publik dan konsep *halal tourism* dalam menjelaskan potensi dan prospek halal tourism terhadap kemajuan ekonomi lokal. Penelitian saya juga akan mengadopsi konsep *halal tourism*. Namun perbedaan penelitian ini terletak pada objek yang diteliti. Penelitian tersebut mengambil studi kasus pada aktor non negara yakni NTB yang merupakan aktor sub negara sedangkan penelitian ini berfokus pada strategi pemerintah Indonesia dalam menjadikan pariwisata halalkelas dunia pada Tahun 2019-2020.

2. Penelitian kedua mengenai Tata Kelola Pariwisata Global Di Kota Palembang yang ditulis oleh Siti Waliah, Desita Rahayu dan Sisca Noprilia (Siti Waliah, 2021). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan dengan metode Observasi Lapangan, Rekaman Wawancara/Peristiwa serta Studi Dokumentasi. Fokus penelitian ini menggunakan analisis Tata Kelola Pariwisata Di Kota Palembang yang berskala global atau telah menerapkan *global tourism oriented*. Dalam teori ini menggunakan teori Cornelissen yakni *Model The Global Tourism System*. Hasil penelitian menjelaskan bahwasanya di Kota Palembang tata kelola pariwisata telah berorientasi pada *global tourism system* dimana telah ada 3 unsur: 1. Permintaan pariwisata yang meliputi motivasi untuk mengadakan pariwisata baik berupa motivasi fisik maupun fisiologis yang dalam hal ini dipersiapkan oleh pemerintah dengan menyediakan pelatihan terhadap SDM serta memperbaiki fasilitas yang ada guna memberikan kenyamanan untuk pengunjung. 2. Penawaran pariwisata, meliputi kegiatan pembangunan,

pengelolaan dan penyediaan fasilitas serta peayanan yang diperlukan dalam penyelenggaraan pariwisata dalam hal ini adanya sarana pokok, sarana pelengkap, sarana penunjang, pasaran umum, kebutuhan masyarakat dan tersedianya alat transportasi dikota Palembang.3. Produk pariwisata yakni sesuatu yang sudah dikonsumsi oleh wisatawan yang merupakan hasil dari sebuah penawaran, 4. Terdapat badan/kelompok pengendali dalam penelitian ini diwakili oleh Dinas Pariwisata Kota Palembang dan Asosiasi Pengusaha Pariwisata. Keseluruhan objek tersebut saling terhubung satu sama lain menjadi kesatuan yang tidak dapat dipisahkan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis tersebut menjelaskan mengenai pariwisata di Palembang yang telah sesuai dengan *global tourism system*. Sedangkan penelitian ini menjelaskan mengenai pariwisata halal Indonesia yang menuju pariwisata global dengan mengidentifikasi indikator *global tourism system*.

3. Penelitian ketiga mengenai Strategi Pengembangan Pariwisata Halal di Indonesia yang ditulis oleh Nidya Waras Sayekti pada tahun 2019 (Sayekti, 2019). Dalam penelitian tersebut peneliti menjelaskan bahwasanya pariwisata halal memiliki potensi yang besar dalam memberikan sumbangan Pendapatan Domestik Bruto khususnya bagi Indonesia dengan jumlah populasi muslim terbesar dunia. Dengan melakukan analisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki dalam pengembangan Pariwisata Halal di Indonesia penulis menggunakan metode penelitian kualitatif dan analisis SWOT. Perkembangan pariwisata Indonesia pada penelitian ini dinilai tumbuh seiring dengan pertumbuhan pasar Pariwisata Halal pada tahun 2018 sebesar 2,8 juta dengan devisa lebih dari Rp. 40 triliun. Dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwasanya 3 strategi yang dilakukan pemerintah dalam mengembangkan Pariwisata Halal di Indonesia: 1. Pengembangan pemasaran yang dilakukan dengan mengembangkan konsep pemasaran berdasarkan DOT (*Destination, Origin, dan Time*)

2. Pengembangan destinasi 10 destinasi halal terbaik di Indonesia
3. Pengembangan industri dan kelembagaan dengan membentuk Tim Percepatan Pengembangan Pariwisata Halal bekerjasama dengan DSN (Dewan Syariah Nasional), PHRI (Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia), MUI (Majelis Ulama Indonesia) dan ASITA (*Association of The Indonesian Tours and Travel Agencies*). Penelitian tersebut sama-sama menjelaskan mengenai strategi pemerintah dalam Pariwisata Halal. Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian saya yakni dalam penelitian ini membahas mengenai pariwisata halal Indonesia menuju pariwisata halal kelas dunia, sehingga tidak hanya untuk mengetahui strategi pemerintah dalam mengembangkan Pariwisata Halal, tetapi juga dapat mengetahui lebih dalam mengenai Indonesia dalam menjadi negara tujuan utama pariwisata halal kelas dunia tahun 2019-2020.
4. Jurnal selanjutnya (Bapon Chandra Kuri, 2020) Menjelaskan bagaimana Diplomasi pariwisata dapat berperan penting untuk membangun ikatan internasional dan memecah hubungan dingin antara atau antar bangsa melalui budaya dengan menggunakan berbagai gagasan seperti tradisi dan warisan. Secara keseluruhan, Semua pemangku kepentingan industri pariwisata secara sadar atau tidak sadar mempromosikan daerahnya untuk meningkatkan ekspor pariwisatanya. Itu sebabnya pariwisata dianggap sebagai industri ekspor dan impor tersembunyi. Dasar sebenarnya dari diplomasi pariwisata adalah penerapan soft power yang meliputi manusia, budaya, warisan, tradisi, sejarah, nasionalisme, kebanggaan nasional, keramah tamahan, olahraga, proyek pariwisata, alam, orang terkemuka dan partisipasi misi perdamaian internasional. Melalui metode penelitian kualitatif, studi ini mengungkap pola diplomasi pariwisata dan bagaimana diplomasi dapat memiliki peran penting untuk membangun ikatan internasional dengan memecah hubungan dingin antara atau antar bangsa melalui budaya, tradisi dan warisan. Studi ini

menunjukkan bagaimana Bangladesh dapat melakukan diplomasi pariwisata untuk mempertahankan kepentingan negaranya melalui representasi sumber daya pariwisatanya kepada negara lainnya. Representasi sumberdaya tersebut meliputi: Komunitas tuan rumah, industri yang ramah, diplomasi antar negara. Selain itu, ini mencakup beberapa gagasan dan faktor diplomasi dimana pariwisata dapat berperan dalam menciptakan perdamaian di antara berbagai negara di dunia.

5. Selanjutnya penelitian yang ditulis oleh Anton Minardi, Taufik, dkk. (Anton Minardi, 2020) Dalam jurnal ini, Anton dkk mengeksplorasi diplomasi pariwisata yang dilakukan oleh Indonesia kepada India. Jurnal ini berargumen Penelitian ini menjelaskan strategi diplomasi yang dilakukan pemerintah Indonesia kepada India dengan memanfaatkan strategi (*Destination-Origin-Time*) DOT serta (*Branding-Advertising-Selling*) BAS. Yakni dengan menggunakan kesamaan Sumber daya alam, warisan budaya, kerjasama maskapai samapai dengan branding media sosial. Serta menghadiri berbagai festival, pameran wisata guna meningkatkan kunjungan wisatawan India ke Indonesia. Secara keseluruhan, jurnal ini memberikan kontribusi yang berharga bagi literatur tentang pariwisata dan hubungan internasional. Jurnal ini menyoroti perlunya kolaborasi dan kerja sama yang lebih besar antara berbagai pelaku yang terlibat dalam pariwisata, dan memberikan wawasan tentang peluang kerjasama yang dilakuakn oleh Indonesia kepada negara lainnya.
6. Penelitian terakhir yakni mengenai Implementasi pariwisata halalyang dituliskan oleh Madziatul Churiyah, Heri Pratikno dkk (Madziatul Churiyah, 2021) menguraikan ide baru dalam menjalankan pariwisata halal baik di Indonesia maupun negara lain. Penelitian ini lebih menggali potensi yang telah dimiliki Indonesia serta peluangnya untuk mencapai keuntungan dari segi ekonomi maupun sosial. Dengan

menggunakan pendekatan kualitatif dan metode studi literatur. Penelitian ini menjelaskan mengenai prospek pariwisata halal di Indonesia yang dijelaskan dalam 5 point yakni: 1. Wisata alam yang meliputi pantai, gunung, pegunungan, air terjun, danau dan lainnya 2. Wisata Budaya meliputi tradisi muslim konservatif atau sejenis 3. Wisata edukasi meliputi pondok pesantren dengan segala keunikannya 4. Wisata *heritage* yang meliputi bangunan bercirikan islam 5. Wisata sejarah, meliputi sejarah Indonesia seperti Sembilan sunan. Penelitian ini juga menjelaskan hal-hal apasaja yang dapat dilakukan oleh pemerintah dari *need to have*, *good to have* dan *nice to buy*. Penelitian tersebut menjelaskan mengenai potensi dan prospek pariwisata halal yang di miliki Indonesia, sedangkan penelitian saya menjelaskan strategi pemerintah Indonesia dalam menuju Indonesia sebagai pariwisata halal kelas dunia 2024.

Tabel 2.1. Rangkuman Penelitian Terdahulu

Nama Penulis	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Konsep dan Teori	Fokus Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
Alwafi Ridho Subarkah	<i>Halal tourism: Potency and Prospect towards Improving Local Economny (Case Study: NTB)</i>	Pendekatan Kualitatif Studi Literatur	Teori Publik Diplomasi dan Konsep <i>Halal tourism</i>	Potensi dan Prospek Pariwisata Halal yang memberikan pengaruh ekonomi terhadap masyarakat lokal khususnya di Nusa Tenggara Barat	Hasil penelitian menjelaskan bahwasanya Lombok menjadi salah satu aktor publik diplomasi untuk menjadikan Lombok sebagai destinasi pariwisata halal dunia yang akan memberikan pengaruh terhadap ekonomi lokal. Potensi Lombok untuk dapat memajukan ekonomi lokal dalam Pariwisata Halalnya yakni dengan adanya fasilitas tempat ibadah, penginapan dan makanan dengan jaminan halal, serta adanya destinasi wisata dengan tawaran paket halal tour serta gencar melakukan berbagai kegiatan pameran pariwisata di berbagai negara dan promosi melalui internet. Hal tersebut dapat dilaksanakan karena konsep dan karekteristik Pariwisata Halal sejalan dengan nilai dan budaya masyarakat setempat.	Penelitian tersebut menjelaskan pengaruh Pariwisata Halal terhadap perekonomian lokal sedangkan penelitian ini menjelaskan pengaruh Pariwisata Halal untuk menjadikan Indonesia Sebagai pariwisata halal kelas dunia

Siti Waliah, Desita Rahayu dan Sisca Nopralia	Tata Kelola Pariwisata Global Di Kota Palembang	Pendekatan: Kualitatif, Observasi Lapangan, Rekaman Wawancara/Peristiwa, Studi Dokumentasi.	Teori: Cornelissen <i>Model The Global Tourism System</i>	Analisis Tata Kelola Pariwisata Di Kota Palembang berdasarkan <i>global tourism oriented</i> .	Hasil penelitian menjelaskan bahwasanya tata kelola pariwisata di Kota Palembang telah berorientasi pada <i>global tourism system</i> dimana telah terpenuhinya unsur permintaan pariwisata, penawaran pariwisata, produk pariwisata dan kelompok pengendaliannya yang saling terhubung satu sama lain menjadi kesatuan yang tidak dapat dipisahkan	Penelitian tersebut menjelaskan mengenai pariwisata di Palembang yang telah sesuai dengan <i>global tourism system</i> . sedangkan penelitian ini menjelaskan mengenai pariwisata halal Indonesia yang akan menuju <i>global tourism system</i> .
Nindya Waras Sayekti	Strategi Pengembangan Pariwisata Halal di Indonesia	Pendekatan: Kualitatif, FGD (Focus Group Discussion)	Analisis SWOT	Menjelaskan perkembangan Pariwisata Halal di Indonesia dan menganalisis strategi pemerintah dalam mengembangkan Pariwisata Halal	Strategi yang dapat dilakukan pemerintah dalam pengembangan Pariwisata Halal yakni 1. Melakukan sosialisasi kepada masyarakat/stakeholder 2. Mengintegrasikan pembangunan infrastruktur dengan peningkatan konektivitas ke daerah tujuan wisata 3. Penyusunan peraturan perundangan 4. Melakukan pembinaan kepada masyarakat	Penelitian tersebut hanya fokus pada strategi pemerintah dalam mengembangkan Pariwisata Halal sedangkan penelitian ini menjelaskan strategi Indonesia untuk menjadi pariwisata halal kelas dunia
Kuri, Bapon & Islam, Synthia &	<i>Tourism Diplomacy: A Feasible Tool of Building Nation's</i>	Pendekatan: Kualitatif, Wawancara dan Studi Literatur	Tourism Diplomacy	Bagaimana Diplomasi pariwisata dapat berperan penting	Studi ini menunjukkan bagaimana Bangladesh dapat melakukan diplomasi pariwisata kepada negara	Penelitian tersebut menjelaskan hal-hal apa saja yang dapat dilakukan oleh

Ananya, Sadia	<i>Image through Tourism Resources. A Study on Bangladesh</i>			untuk membangun ikatan internasional dan memecah hubungan dingin antara atau antar bangsa melalui budaya, tradisi dan warisan melalui gagasan diplomasi dimana pariwisata dapat berperan dalam menciptakan perdamaian di antara berbagai negara di dunia	lainnya untuk mempertahankan kepentingan negaranya melalui representasi sumber daya pariwisatanya kepada para pemangku kepentingan dalam hubungan internasional. Selain itu, ini mencakup beberapa gagasan dan faktor diplomasi seperti budaya, tradisi, sejarah, makanan, bahasa Bangabandhu, Prestasi Internasional, konstitusi dan lain sebagainya.	Bangladesh sebagai bentuk diplomasi pariwisata kepada negara lainnya dalam mempertahankan kepentingan negara sedangkan penelitian ini menjelaskan bagaimana diplomasi Pariwisata Halal di Indonesia.
Anton Minardi, Taufik, dkk.	<i>Indonesian Tourism Diplomacy to India</i>	Pendekatan: kualitatif, <i>literature review</i>	Tourism Diplomacy	Eksplorasi diplomasi pariwisata yang dilakukan oleh Indonesia kepada India.	Penelitian ini menjelaskan strategi diplomasi yang dilakukan pemerintah Indonesia kepada India dengan memanfaatkan strategi DOT (Destination-Origin-Time) serta BAS (Branding-Advertising-Selling). Yakni dengan menggunakan kesamaan Sumber daya alam, warisan budaya, kerjasama maskapai samapai dengan branding media sosial. Serta menghadiri berbagai festival, pameran wisata guna meningkatkan kunjungan	Penelitian tersebut menjelaskan diplomasi Indonesia dalam pariwisata guna meningkatkan kunjungan wisatawan India. Sedangkan penelitian ini menjelaskan diplomasi Indonesia dalam pariwisata halal guna menjadi tujuan wisata halal dunia.

					wisatwan India ke Indonesia.	
Madziatul Churiyah, Heri Pratikto, Evi Susanti dkk	<i>Halal Tourism, Implementation and What is Needed: Indonesia Case</i>	Pendekatan kualitatif, Studi literatur	Konsep: Halal Markets	Penelitian tersebut menguraikan ide baru dalam menjalankan pariwisata halal baik di Indonesia maupun negara lain. Penelitian ini lebih menggali potensi yang telah dimiliki Indonesia serta peluangnya untuk mencapai keuntungan dari segi ekonomi maupun sosial.	Prospek pariwisata halal di Indonesia dijelaskan dalam 5 poin dalam penelitian ini yakni: 1. Wisata alam yang meliputi pantai, gunung, pegunungan, air terjun, danau dan lainnya 2. Wisata budaya meliputi tradisi muslim konservatif atau sejenis 3. Wisata edukasi meliputi pondok pesantren dengan segala keunikannya 4. Wisata <i>heritage</i> yang meliputi bangunan bercirikan islam 5. Wisata sejarah, meliputi sejarah Indonesia seperti Sembilan sunan. Penelitian ini juga menjelaskan hal-hal apa saja yang dapat dilakukan oleh pemerintah dari <i>need to have, good to have</i> dan <i>nice to buy</i> .	Penelitian tersebut menjelaskan mengenai potensi dan prospek pariwisata halal yang dimiliki Indonesia, sedangkan penelitian ini menjelaskan strategi pemerintah dalam menuju Indonesia sebagai pariwisata halal kelas dunia 2019-2020

Sumber: Rangkuman Penulis

2.2. Landasan Teori dan Konseptual

Dalam penelitian kualitatif teori digunakan sebagai penjelasan luas untuk perilaku dan sikap, sebagai penyedia lensa orientasi menyeluruh untuk masalah gender, kelas, ras atau isu-isu lain dari kelompok terpinggirkan, dan terakhir digunakan sebagai titik akhir dalam penelitian (Creswell J. , 2018). Penelitian terdahulu yang telah dijelaskan membantu penulis dalam memetakan landasan konseptual dalam penelitian ini, sehingga dalam penelitian ini penulis menggunakan landasan teori Diplomasi Publik dan Pariwisata Halal.

2.2.1. Diplomasi Pariwisata

Diplomasi menurut James Der Derian merupakan “*a mediation between estranged individuals, group or entities*” (Derian, 1987) sedangkan Peter Barber secara ringkas mendefinisikan diplomasi sebagai “*the peaceful management of international relations*”. Diplomasi pariwisata merupakan konsep baru yang mendapat daya tarik dalam beberapa tahun terakhir karena potensinya untuk mempromosikan kerja sama internasional dan meningkatkan citra negara di panggung global. Konsep diplomasi pariwisata dapat didefinisikan sebagai penggunaan pariwisata sebagai alat untuk mempromosikan tujuan kebijakan luar negeri suatu negara dan meningkatkan reputasinya di luar negeri (Stevens, 2013). Dalam kerangka teoretis ini, penulis akan mengeksplorasi komponen utama diplomasi pariwisata dan potensinya untuk mempromosikan pembangunan berkelanjutan dan perdamaian. Salah satu komponen kunci diplomasi pariwisata adalah penggunaan diplomasi budaya. Diplomasi budaya melibatkan promosi pertukaran budaya antar negara untuk meningkatkan saling pengertian dan penghargaan. Ini dapat dicapai melalui kegiatan seperti festival budaya, pameran seni, dan wisata warisan. Dengan mempromosikan diplomasi budaya melalui pariwisata, negara dapat meningkatkan soft power mereka dan membangun hubungan yang lebih kuat dengan negara lain (Melissen, 2007).

Komponen lain dari diplomasi pariwisata adalah pariwisata berkelanjutan. Pariwisata berkelanjutan melibatkan praktik tanggungjawab pariwisata yang serta meminimalkan dampak negatif pariwisata terhadap lingkungan dan masyarakat lokal. Dengan mempromosikan praktik pariwisata berkelanjutan, negara dapat meningkatkan reputasi mereka sebagai destinasi yang bertanggung jawab terhadap lingkungan dan sadar sosial. Hal ini dapat menyebabkan peningkatan kedatangan dan pendapatan wisatawan, serta citra yang lebih positif di luar negeri (UNWTO, 2021).

Diplomasi pariwisata juga dapat digunakan untuk mempromosikan pembangunan ekonomi dan pengentasan kemiskinan. Dengan mengembangkan infrastruktur pariwisata dan mempromosikan pariwisata sebagai sektor ekonomi utama, negara dapat menghasilkan pendapatan, menciptakan lapangan kerja dan mendorong pertumbuhan ekonomi. Hal ini dapat membantu mengentaskan kemiskinan dan mengurangi ketimpangan ekonomi. Selanjutnya, dengan mempromosikan pariwisata sebagai sarana pembangunan ekonomi, negara dapat meningkatkan reputasinya sebagai tujuan investasi yang menarik (Hall, 2008).

Terakhir, diplomasi pariwisata dapat digunakan sebagai alat untuk mempromosikan perdamaian dan rekonsiliasi. Dengan mempromosikan pariwisata lintas batas, negara dapat meningkatkan saling pengertian dan mempromosikan hubungan damai antar negara. Ini dapat dicapai melalui kegiatan seperti proyek pariwisata bersama, wisata lintas batas, dan pertukaran budaya. Dengan mempromosikan pariwisata sebagai alat untuk mempromosikan perdamaian dan rekonsiliasi, negara dapat meningkatkan reputasinya sebagai pembawa damai dan membangun hubungan yang lebih kuat dengan negara lain (Echtner, 1997).

Teori diplomasi wisata dalam penelitian ini dapat digunakan untuk menganalisis hubungan antara negara-negara dalam konteks pariwisata. Teori ini berfokus pada upaya membangun hubungan yang baik antara negara-negara melalui promosi dan pengembangan pariwisata. Diplomasi pariwisata adalah teori bilateral yang menghadirkan suatu negara pada tingkat politik internasional dan memperoleh keuntungan sebesar-besarnya dalam ekonomi dengan menggunakan

kegiatan pariwisata. Diplomasi pariwisata menggunakan tindakan diplomasi tersebut dengan tujuan utama mengembangkan pariwisata (Kuri et.al, 2020). Dari gagasan *Nepal Foreign Affairs* (2015), diplomasi pariwisata dapat dilihat dari global (forum global yang mempromosikan pariwisata); regional (pariwisata untuk kerja sama regional); tingkat nasional (mengkonsepkan diplomasi pariwisata dalam kebijakan luar negeri dan hubungan internasional). Hubungan antara pariwisata dan diplomasi dapat menunjukkan entitas yang statis dan terkotak-kotak yang akan mengurangi kompleksitas antara keduanya (Baranowski et al., 2019).

Diplomasi budaya merupakan bagian penting dari diplomasi pariwisata yang membangkitkan rasa ingin tahu terus menerus tentang budaya negara lain (Kuri et.al, 2020). Ini mengidentifikasi beberapa agenda dimana budaya dan identitas dapat didefinisikan ulang. Dengan diplomasi pariwisata, wisatawan dapat terlibat dalam komunikasi lintas budaya dan dapat menjadi diplomat formal maupun informal. Karena globalisasi, komunikasi internasional; negosiasi politik negara-negara di seluruh dunia meningkat. Negosiasi ini akan membantu meningkatkan penerimaan wisatawan internasional karena wisatawan akan mengunjungi negara tujuan untuk tujuan tertentu akan bergabung dalam kegiatan berbasis pariwisata (Parfinenko, 2016). Germann Molz (2010) mengidentifikasi pariwisata sebagai medan politik budaya karena mengkoordinasikan budaya dan diplomasi publik. Ini berfungsi sebagai diplomasi internasional dengan mempromosikan merek nasional; budaya global, memobilisasi orang; tempat dan uang.

Dalam konteks analisis rendahnya jumlah pengunjung wisata asing, teori diplomasi wisata dapat membantu dalam melihat kemungkinan adanya faktor-faktor politik atau hubungan antar negara yang mempengaruhi rendahnya jumlah pengunjung wisata asing ke suatu negara. Misalnya, hubungan diplomatik yang buruk antara dua negara atau lebih dapat mengakibatkan turis dari negara satu enggan untuk berkunjung ke negara lain, atau adanya perang atau konflik yang terjadi di suatu negara dapat membuat turis enggan untuk berkunjung ke negara tersebut. Selain itu, teori diplomasi wisata juga dapat membantu dalam melihat

peluang kerjasama antar negara dalam pengembangan pariwisata yang saling menguntungkan, seperti kerjasama dalam promosi pariwisata atau pengembangan infrastruktur pariwisata suatu negara. Dengan menggunakan teori diplomasi wisata, dapat ditemukan solusi dan strategi untuk meningkatkan jumlah pengunjung wisata asing, serta memperbaiki hubungan antara negara-negara dalam konteks pariwisata.

Kesimpulannya, diplomasi pariwisata adalah konsep multifaset yang dapat digunakan untuk mempromosikan kerjasama internasional, meningkatkan reputasi suatu negara, dan mempromosikan pembangunan berkelanjutan dan perdamaian. Dengan memanfaatkan diplomasi budaya, mempromosikan pariwisata berkelanjutan, mempromosikan pembangunan ekonomi dan pengentasan kemiskinan, dan menggunakan pariwisata sebagai alat untuk mempromosikan perdamaian dan rekonsiliasi, negara dapat memanfaatkan kekuatan pariwisata untuk mencapai tujuan kebijakan luar negerinya dan meningkatkan citra mereka di luar negeri.

2.2.2. Pariwisata Halal

Definisi pariwisata yang diberikan UNWTO meliputi tujuan, konsumen, serta produk dan jasa yang ditawarkan, perjalanan dan destinasi (WTO, 2022). Menurut Crescentrating³ Pariwisata halal merujuk pada segmen pariwisata yang melayani kebutuhan wisatawan Muslim berdasarkan agama Islam. Tingkat layanan ramah Muslim dapat bervariasi. Istilah lain yang digunakan untuk menyebut segmen pariwisata halal adalah *Muslim travel*, *Muslim-friendly travel*, *Muslim tourism*, *Muslim-friendly tourism*, *Halal travel*, *Halal-friendly travel*, *Halal tourism*, *Halal-friendly tourism*, *Islamic travel*, *Syariah Tourism* dan *Ziyarah Tourism* (Writer, 2016). Dinar Staandard dalam laporan *State of the Global Islamic Economy Report* mendefinisikan pariwisata halal atau yang disebut sebagai *Muslim-friendly tourism* merupakan kebutuhan wisatawan

³Crescentrating merupakan institusi yang berlokasi di Singapura sebagai peneliti wisata halal dimana setiap tahunnya mengeluarkan pemeringkatan dan laporan penelitian di bidang wisata halal bernama Mastercard-Crescentrating Global Muslim Travel Index.

muslim berbasis agama yang terdiri dari penawaran resor pantai hingga hotel yang berorientasi keluarga (Dinar Standar, 2022).

Sedangkan definisi pariwisata halal menurut Kemenparekraf/Baparekraf merupakan layanan amenities atau tambahan yang meliputi atraksi dan aksesibilitas yang diberikan untuk memenuhi kebutuhan, keinginan dan pengalaman wisatawan muslim (Kemenparekraf, 2021). Layanan tambahan atau *extensional service* ini disediakan oleh pelaku usaha pariwisata dan ekonomi kreatif. Layanan wisata halal menurut Alexander Reyan Direktur Wisata Minat Khusus Kemenparekraf menjelaskan bahwasanya layanan tambahan yang dimaksud dalam pariwisata halal meliputi *need to have*, seperti makanan halal dan fasilitas untuk solat, dan *good to have* seperti toilet yang ramah bagi muslim dan *nice to have* seperti dihadapkannya fasilitas rekreasi yang ramah dengan keluarga muslim. Wisata halal atau wisata syariah atau dikenal dengan wisata ramah muslim, merupakan konsep yang relatif baru dalam industri pariwisata sehingga mampu membuka peluang baru dan menarik dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi suatu negara.

Sejumlah penelitian menjelaskan definisi pariwisata halal yang berbeda dengan aspek yang berbeda. Misalnya, Jafari dan Scott mendefinisikan pariwisata dengan mempertimbangkan kegiatan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan yang sesuai dengan hukum Syariah (Jafari, 2014). Selain itu, target konsumen, tujuan, dan hukum Islam dipertimbangkan dalam definisi yang diberikan oleh Carboni et al (Carboni, 2014). Selain itu, pariwisata Islam didefinisikan oleh Zamani dan Henderson sebagai produk industri perjalanan bagi wisatawan muslim dalam budaya muslim. Definisi tersebut tidak mempertimbangkan hukum Syariah dan menyatakan dapat diperluas untuk menargetkan konsumen non-muslim juga (Zamani, 2010). Henderson dalam studinya mengklaim pariwisata Islam berada di luar batasan agama dan dapat menjadi pariwisata apa pun yang tidak bertentangan dengan hukum Syariah (Henderson, 2009).

Sedangkan menurut Adel M Ahmed dkk, Pariwisata Halal merupakan wisata yang berlandaskan nilai-nilai ajaran syariah dan disampaikan dengan produk dan jasa wisata. Perbedaan Pariwisata Islam dan Pariwisata Halal terletak pada motif dan tujuan wisata. Pada *Islamic tourism* atau pariwisata halal motif dan

tujuan wisata biasanya agama. Sedangkan Pariwisata Halal atau *halal tourism* bermotifkan selain agama dan tujuan negara bisa jadi bukan hanya negara muslim (Adel, 2021). Sehingga dari definisi diatas *Halal tourism* menurut definisi MD Siddique Azam terdiri dari 5 aspek yakni, hukum syariah, target konsumen, tempat tujuan, tujuan serta produk dan jasa. Hal tersebut dirangkum dalam tabel berikut (MD Siddique Azam, 2019).

Tabel 2.2. Definisi Pariwisata Halal

Aspek	Area
Hukum Syariah	Setiap tindakan yang sesuai dengan pariwisata yang tidak bertentangan dengan hukum Islam dan harus mematuhi standar yang disediakan oleh lembaga pengatur di negara masing-masing
Target Konsumen	Muslim dan Non Muslim
Tempat Tujuan	Tidak terbatas hanya pada negara muslim
Tujuan	Ibadah (Haji/Umroh), Bisnis dan Perjalanan yang tidak menentang dengan hukum Islam
Produk dan Jasa	Sesuai dengan kebutuhan berbasis agama Muslim yang juga dapat dikonsumsi dan diterima oleh non-Muslim. Memenuhi definisi Halal yang dinyatakan sebelumnya dalam penelitian ini.

Sumber: (MD Siddique Azam, 2019)

Sehingga peneliti menggunakan konsep pariwisata halal dalam penelitian ini sebagai layanan amenities tambahan guna menambah pengalaman masyarakat muslim maupun non muslim dengan tidak melanggar nilai-nilai syariat Islam. Dalam penelitian ini penulis menggunakan konsep pariwisata halal guna menjelaskan sejauh mana Indonesia telah menerapkan pariwisata halal di negaranya.

2.3. Kerangka Pemikiran

Penelitian ini menjelaskan mengenai Diplomasi Indonesia untuk menjadikan Indonesia sebagai Negara Tujuan Utama Pariwisata Halal Dunia (2019-2022). Adanya potensi pariwisata yang dimiliki Indonesia belum menjadikan Indonesia sebagai negara tujuan utama pariwisata halal, dengan menggunakan konsep diplomasi pariwisata dan pariwisata halal maka akan didapatkan upaya diplomasi yang dilakukan Indonesia dalam menjadikan Indonesia sebagai negara tujuan utama pariwisata halal kelas dunia (2019-2022).



Gambar 1. Peta Konsep.

Sumber: Dibuat Oleh Penulis

III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik deskriptif yang ditentukan oleh keputusan peneliti dan didukung dengan kesesuaian teori, konsep dan data yang tersedia untuk menjelaskan belum berhasilnya Indonesia untuk menjadi negara tujuan utama pariwisata halal dunia pada tahun 2019-2022. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang mengeksplorasi dan memahami makna individu atau kelompok yang berasal dari permasalahan manusia atau sosial (Creswell J. W., 2009). Penelitian ini menggunakan logika berfikir deduktif yakni menganalisis berdasarkan ketersediaan data. Jenis penelitian kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif hal tersebut memungkinkan peneliti untuk menganalisis strategi pemerintah Indonesia dalam menjadikan Indonesia sebagai tujuan pariwisata dunia tahun 2019-2022.

3.2. Fokus Penelitian

Fokus penelitian digunakan untuk membatasi permasalahan maupun tema yang dipilih untuk mempermudah peneliti dalam mengumpulkan data dan menganalisisnya. Penelitian ini hanya membahas mengenai Diplomasi Indonesia Dalam Menjadikan Indonesia Sebagai Negara Tujuan Utama Pariwisata Halal Kelas Dunia pada tahun 2022 dengan tahun analisis 2019-2022. Fokus peneliti menjadikan Indonesia sebagai objek penelitian dikarenakan Indonesia memiliki sumberdaya baik manusia maupun alam yang mumpuni baik dari jumlah penduduk muslim terbesar dunia dan juga sebagai negara dengan destinasi wisata

nomor 1 dunia menurut GMTI pada tahun 2019 dengan tingkat daya saing Indonesia dalam Pariwisata Halal telah mencapai peringkat terbaik dunia. Kemudian fokus tahun penelitian pada tahun 2019-2022 dikarenakan pada tahun 2019 merupakan awal tahun disusunnya Rencana Strategis Pengembangan Pariwisata Halal untuk menjadi tujuan wisatawan dunia dan 2022 merupakan tahun penilaian terbaru untuk Indonesia tidak termasuk didalam 5 besar negara tujuan utama wisata halal. Dengan menganalisis hal-hal apa saja yang dilakukan oleh Indonesia dalam menjadikan pariwisata halal dunia dengan menggunakan konsep diplomasi pariwisata dan pariwisata halal untuk menganalisis hal-hal apa saja yang telah dilakukan Indonesia sehingga belum tercapainya sebagai negara tujuan utama wisata halal pada tahun 2022:

1. Menjelaskan kondisi Pariwisata Halal Indonesia tahun 2019-2022
2. Menganalisis diplomasi yang telah dilakukan oleh pemerintah terkait pariwisata halal Indonesia pada tahun 2019-2022

3.3. Jenis dan Sumber Data

Data merupakan kumpulan informasi, fakta atau statistik yang diperoleh dari setiap variabel (OECD, 2022). Terdapat dua jenis data dengan sumber yang berbeda yang dibutuhkan oleh peneliti dalam penelitian ini:

a. Data primer

Merupakan jenis data yang didapatkan langsung dari lembaga yang berkaitan dengan topik penelitian. Data primer yang akan diperoleh dalam penelitian ini diperoleh *website* Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia www.kemendparekraf.go.id.

b. Data sekunder

Sementara itu, data sekunder merupakan data yang tidak memberikan informasi secara langsung kepada peneliti, melainkan bersumber dari literatur dan dokumentasi yang diperoleh dari laporan Salam Gate Way www.salaamgateway.com dan laporan crescent rating

www.crescentrating.com melalui situs lainnya yang dapat mendukung pelaksanaan penelitian ini.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian menggunakan data skunder yang berasal dari studi literatur buku, jurnal, laporan, artikel, laman resmi organisasi serta situs web yang berkaitan dengan penelitian penulis. Sehingga penelitian ini menggunakan dua teknik pengumpulan data yakni:

a. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan dilakukan untuk mengimpun data sesuai dengan topik penelitian penulis. Penulis menetapkan topik penelitian dan melanjutkan dengan kajian sesuai dengan konsep atau teori yang digunakan. Oleh karena itu sumber kepustakaan didapatkan dari buku, jurnal, artikel yang diakses melalui www.scholar.google.co.id www.libgen.is, www.journals.sagepub.com, www.perpusnas.go.id, dan beberapa sumber lainnya

b. Studi Dokumentasi

Jenis studi dokumentasi yakni menurut Alan Bryman diantaranya dapat dibaca, belum diproduksi secara khusus untuk tujuan penelitian sosial (Bryman, 2012). Pada penelitian ini data berupa dokumentasi diperoleh melalui laporan dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia www.kemenparekraf.go.id, laporan Salam Gate Way www.salaamgateway.com dan laporan crescent rating www.crescentrating.com serta melalui situs lainnya.

3.5. Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini penulis mengacu pada teknis analisis kualitatif oleh Miles, Huberman dan Saldana yakni terdapat tiga proses analisis data yaitu:

kondensasi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan atau verifikasi (Matthew B. Miles, 2014).

- a. Kondensasi Data merupakan proses pemadatan data melalui pemilihan, memfokuskan, menyederhanakan, mengabstraksikan atau mengubah data. Kondensasi data dilakukan sepanjang penelitian ini. sumber data dapat melalui hasil studi literatur jurnal, artikel, laporan, situs web serta wawancara yang berkaitan dengan tema penelitian ini. Dengan adanya kondensasi data, penulis dapat meringkas data yang didapat dan dijadikan dalam bentuk pola bahasan mengkodekan/mengkategorikan data yang berhasil dikumpulkan.
- b. Penyajian Data
Pada penelitian ini penyajian data dalam bentuk teks, tabel, grafik, bagan, matriks, jejaring dan lain sebagainya yang memuat informasi penting bagi penulis sehingga penulis mampu menganalisis lebih dalam dari data yang telah disajikan, sehingga data yang disajikan tidak menimbulkan ambiguitas.
- c. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi
Proses interpretasi akan apa yang menjadi temuan penulis dilakukan dalam penarikan kesimpulan dalam penelitian sesuai dengan konsep dan teori yang digunakan. Penarikan kesimpulan tersebut dapat bersifat sementara dan dapat berubah jika dikemudian hari ditemukan data pendukung lainnya. Sehingga untuk memastikan bahwa data tersebut kredibel maka harus dilakukan verifikasi dengan mendapatkan bukti-bukti data yang konsisten dari awal pengumpulan data.

V. KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah Kondisi pariwisata halal Indonesia pada tahun 2019 menjadi awal permulaan dalam meluncurkan strategi awal pariwisata halal Indonesia untuk menjadi negara tujuan utama pariwisata halal dengan adanya renstra dan prestasi pariwisata halal pada tahun 2019. Namun pada tahun 2020-2021 covid-19 memberikan dampak penurunan terhadap pariwisata halal, khususnya pada alokasi anggaran dan akses dalam pariwisata yang ditutup sehingga kegiatan terkait pariwisata halal mengalami penurunan sedangkan pada tahun 2022 pariwisata halal mulai bangkit dengan mulai naiknya jumlah wisatawan mancanegara akibat telah diizinkannya aktivitas penerbangan sehingga kegiatan terkait pariwisata halal mulai gencar dilaksanakan.

Diplomasi yang dilakukan oleh pemerintah dalam pariwisata halal meliputi festival dan pameran, digitalisasi wisata, kebijakan terkait visa, mengundang *travel agent*, *influencer* dan jurnalis dan melasankan kongres. Selain itu pemerintah juga melakukan pengembangan produk pariwisata halal baik dari segi akses, fasilitas umum, atau sarana prasarana serta pemberdayaan masyarakat dalam kesisteman yang utuh dan berkelanjutan yang dikembangkan secara sinergis dengan memanfaatkan digitalisasi informasi yang ada maupun. Diplomasi tersebut salah satunya menghasilkan kerjasama terkait pariwisata pariwisata halal yang baru dilakukan bersama 6 negara dimana 3 negara telah menjalin penandatanganan kerjamasama sedangkan 3 lainnya belum melakukan penandatanganan kerjasama (MoU). Dari tahun berjalan pelaksanaan diplomasi halal dalam bentuk festival dan pameran, mengundang *travel agent*, *influencer* dan

jurnalis, serta kongres mayoritas dilaksanakan pada tahun 2019 dan 2022 sedangkan digitalisasi wisata banyak dilaksanakan pada tahun 2020-2021.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka saran pada penelitian ini adalah:

1. Pemerintah diharapkan dapat melakukan upaya sosialisasi terkait pariwisata halal Indonesia kepada masyarakat Indonesia khususnya sehingga tidak hanya negara namun masyarakat juga dapat membantu dalam kegiatan promosi, yang selama ini hanya dilakukan oleh pemerintah ataupun Lembaga Swadaya Masyarakat. Masyarakat Indonesia dapat berpartisipasi dengan kegiatan promosi serta diplomasi layanan wisata halal di negaranya sehingga wisata halal Indonesia makin dapat dikenal secara global dan dapat menarik lebih banyak wisatawan asing.
2. Pemerintah dapat melakukan kerjasama dan menerapkan program khusus terkait pariwisata halal kepada negara-negara dengan jumlah penduduk muslim terbanyak di dunia seperti Pakistan, Bangladesh, India dan Nigeria, Turki sehingga dapat meningkatkan jumlah wisatawan mancanegara untuk datang ke Indonesia dan lebih menasar *market* yang sesuai dengan tujuan wisata halal.
3. Bagi pada akademisi, masih sedikitnya kajian terhadap pariwisata halal khususnya di Indonesia, sehingga saran penulis bagi penelitian selanjutnya untuk dapat mengembangkan penelitian terkait diplomasi publik pariwisata halal Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Aceh, D. (2022, 3 8). *Dishub*. Retrieved 6 2023, 15, from News: <https://dishub.acehprov.go.id/informasi/pcr-dan-antigen-tak-lagi-wajib-jadi-syarat-naik-pesawat/>
- Adel, A. M. (2021). Halal Strategies on official government tourism website: An extension and validation study. *Tourism and Hospitality Research 2021 Vol 21 (2)* , 231.
- Agus, R. (2022, Mei 31). *Strategi Mengejar Hasrat Jadi Pusat Halal Dunia*. Retrieved Juli 29, 2022, from Bisnis Indonesia: <https://bisnisindonesia.id/article/strategi-mengejar-hasrat-jadi-pusat-halal-dunia>.
- Agmasari, S. (2022, 11 17). *Kompas.com*. Retrieved 5 31, 2023, from Menu Lengkap Makan Siang dan Malam KTT G20: <https://www.kompas.com/food/read/2022/11/17/183251475/menu-lengkap-makan-siang-dan-makan-malam-ktt-g20-tertarik-masak?page=2>
- Alexsander, D. R. (2020). Desain Penelitian Dan Pengembangan Formulasi Kebijakan Dana Desa Berbasis Pendekatan Systems Thinking. *MIMBAR : Jurnal Penelitian Sosial Dan Politik* , 111-128.
- Analisis Pengaruh Kegiatan Promosi Familiarization 2020 *Sinergitas Quadruple Helix: E-Business Dan Fintech Sebagai Daya Dorong Pertumbuhan*. 553. Jember.
- Anastasya, A. (2022, Juni 08). *Menuju Pusat Halal Dunia di 2024, Sanggupkah Indonesia?* Retrieved Agustus 2022, 31, from UKM INDONESIA: <https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/menuju-pusat-halal-dunia-di-2024-sanggupkah-indonesia>.
- Anderson, J. E. (2011). *Public Policymaking: An Introduction (Seventh Edition)*. Wadsworth: Cengage Learning.
- Anholt, S. (2006). Public Diplomacy and Place Branding: Where's the Link. *Journal of Communication Management* 2 (4)2016 , 271-276.
- Antara. (2022). *Kongres Halal Indonesia*. Retrieved 2023, from Antara News: <https://www.antarane.ws.com/berita/2940157/kongres-halal-bisa-dorong-indonesia-pimpin-industri-produk-halal>

- Antara. (2022, April 4). *Tempo.com*. Retrieved 6 2, 2023, from Travel: <https://travel.tempco.co/read/1578108/apa-makna-need-to-have-good-to-have-nice-to-have-dalam-wisata-halal>
- Arisanti, Y., Kurniawan, A. 2022. Wisata Halal Di Beberapa Negara Asean. *Jurnal Inovasi Penelitian*. Vol.3 No.3.
- Azam, M. A. (2020). Halal Industry in ASEAN: Issues and Challenges. *Jurnal Economics, Business and Islamic Finance in ASEAN Economics Community*
- Bank Indonesia. (2020). *Ekosistem Industri Halal 2020*. Jakarta: Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah Bank Indonesia.
- Bloom, L. B. (2022, Februari 22). *The World's 50 Most Beautiful Countries (You Won't Believe Where The U.S. Ranked)*. Retrieved Juli 12, 2022, from Forbes: <https://www.forbes.com/sites/laurabegleybloom/2022/02/22/the-worlds-50-most-beautiful-countries-you-wont-believe-where-the-us-ranked/?sh=64af74c3389a>.
- Bryman, A. (2012). *Social Research Methodes*. New York: Oxford Univ Press.
- Bumi, I. K. (2022). *Imigrasi Kota Bumi*. Retrieved 6 15, 2023, from <https://kotabumi.imigrasi.go.id/berita/kemudahan-imigrasi-dukung-pariwisata-di-masa-corona-2022>
- Carboni, M. P. (2014). Is Islamic tourism a viable option for Tunisian tourism? Insights from Djerba. *Tourism Management Perspectives*, 1-9.
- Cornelissen, S. (2005). The Global Tourism System. *Journal of Chemical Information and Modeling (Vol. 53, Issue 9)*, 1-13.
- Costa, R. W. (1995). International Tourism: An Assessment and Overview. *Journal of Macromarketing*, 33-44.
- Crescentrating. (2019). *Indonesia Muslim Travel Index*. Jakarta: Kemenparekraf.
- Creswell, J. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Method Approach (Fifth Edition)*. Thousand Oaks: Sage Publication.
- Deputi Bidang Ekonomi. 2014. *Pembangunan Pariwisata 2015-2019: Kementerian Pariwisata Republik Indonesia*. Jakarta.
- Deputi Bidang Pengembangan Industri dan Kelembagaan Kementerian Pariwisata. (2019). *Renstra Pengembangan Pariwisata Halal 2019-2024*. Jakarta: Kemenparekraf.
- Derian, J. D. (1987). *Mediating Estrangement: A Theory for Diplomacy*. Cambridge: Cambridge University Press.

- Dinar Standar. (2019-2022). *Ekonomi Islam Global Laporan 2018/2019-2021/2022*. Dubai: Dinar Standar.
- Direktorat Infrastruktur Ekosistem Syariah. 2021. *Laporan Perkembangan Pariwisata Ramah Muslim Daerah 2019-2020*. Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS).
- Direktorat Jendral Kependudukan dan Pencatatan Sipil. (2021). *Jumlah Penduduk Indonesia Berdasarkan Agama*. Jakarta: Kementerian Dalam Negeri.
- Eko, C. K. (2022). Sustainable Halal tourism in The Post Pandemic Era: Opportunity and Challenges. *Jurnal of Research on Business and Tourism Vol 2 No 1 Juni 2022*, 69-75.
- Elasrag, H. (2016). Halal Industry : Key Challenges and. *Munich Personal RePEc Archive Paper No. 69631*, 1.
- Faqir, A. A. (2022, Mei 21). *Ekonomi*. Retrieved 6 8, 2023, from Merdeka: <https://www.merdeka.com/uang/penting-untuk-ri-wisatawan-timur-tengah-bisa-sumbang-devisa-hingga-rp-59-t.html>
- Fayed, H. &. (2002). Globalization of economic activity: Issues for tourism. *Tourism Economics* 8 (2), 207-230.
- Febrianto, F. (2022, 11 15). *Tempo*. Retrieved 06 14, 2023, from berita Nasional: <https://nasional.tempo.co/read/1657148/jokowi-dan-mbs-di-ktt-g20-bicara-panjang-makan-siang-bersebelahan>
- Ferdiansyah, dkk. 2020. Pengembangan Pariwisata Halal Di Indonesia Melalui Konsep Smart Tourism. *Journal of Sustainable Tourism Research*. Vol. 2, No. 1.
- Fitrianto. 2019. Pengembangan Ekonomi Indonesia Berbasis Wisata Halal. *BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*. Volume 7, Nomor 1.
- Friedman, J. (1995). *Global system, globalization and parameters of modernity. Global modernities*. London: Sage.
- GMTI series report 2019 *Indonesia Muslim Travel Index* Singapura Mastercard Crescentrating.
- Halim, D. (2021). *Indonesia, Iran akan perkuat kerja sama sektor pariwisata*. Retrieved 5 17, 2023, from <https://www.aa.com.tr/id/ekonomi/indonesia-iran-akan-perkuat-kerja-sama-sektor-pariwisata/2275475>.
- Hanni Sofia, R. (2020). *Komisi X DPR RI menyetujui pemotongan anggaran Kemenparekraf APBn 2020*. Retrieved 05 21, 2023, from AntaraNews: <https://www.antaraneews.com/berita/1590234/anggaran-kemenparekraf-2020-dipangkas-rp2-triliun>.

- Henderson, J. C. (2009). Islamic tourism reviewed. *Tourism Recreation Research*, 207-211.
- IGI Global. (2022). *What Is Global Halal Industry?* Retrieved Oktober 03, 2022, from IGI Global: <https://www.igi-global.com/dictionary/halal-industry-in-asean/82156>.
- Imandiar, Y. (2023, 12 2). *News.detik.com*. Retrieved 6 2, 2023, from <https://news.detik.com/berita/d-6439929/kemenparekraf-jalin-kerja-sama-pariwisata-dengan-pemerintah-arab>
- Indonesia as the best halal tourism destination and its impacts to Muslim's 2021. *European Journal of Theology and Philosophy* 43-50.
- Jafari, J. (2014). Muslim World and Its Tourism. *Annals of Tourism Research Vol 44* , 1-19.
- Kantor Imigrasi Kelas II TPI Singaraja. (2023, 6 9). *Imigrasi Singaraja*. Retrieved 6 14, 2023, from Imigrasi Singaraja: <https://imigrasingaraja.kemendikhum.go.id/visa-on-arrival-dan-negara-bebas-visa-kunjungan/>
- Kemenpanrb. (2021, Desember 28). *Kemenparekraf Menargetkan Devisa PAriwisata Naik 1,7 Miliar Dolar di 2022*. Retrieved November 03, 2022, from Kemenpanrb: <https://www.menpan.go.id/site/berita-terkini/berita-daerah/kemenparekraf-menargetkan-devisa-pariwisata-naik-1-7-miliar-dolar-as-di-2022>.
- Kemenlu. 2023. *Potensi Siem Reap: Dari Kacang Mete, Sereh Sampai Wisata Halal*.
- Kemenparekraf. 2021. *Desain Strategi Rencana Aksi Pariwisata Halal Prov Sulawesi Selatan*. Jakarta. Kemenparekraf.
- Kemenparekraf. *Persiapan Pengembangan Halal Tourism dan Muslim-Friendly di Indonesia*.
- Kemenparekraf. 2022. *Statistik Tenaga Kerja Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 2018-2022*. Jakarta. Sekretaris Kementerian.
- Kemenparekraf. (2021, Agustus 14). *Potensi pengembangan wisata halal di Indonesia*. Retrieved Agustus 25, 2022, from Kemenparekraf: <https://kemenparekraf.go.id/ragam-pariwisata/Potensi-Pengembangan-Wisata-Halal-di-Indonesia>.
- Kemenparekraf. 2020-2023. *Statistik Kunjungan Wisatawan Mancanegara*. <https://kemenparekraf.go.id/statistik-wisatawan-mancanegara/statistik-kunjungan-wisatawan-mancanegara-2019-2023>.

- Kemenparekraf. 2022 . *Siaran Pers: Kemenparekraf Siapkan Panduan Penyiapan Destinasi Wisata Ramah Muslim dan Layanan Wisata Halal*. <https://kemenparekraf.go.id/hasil-pencarian/siaran-pers-kemenparekraf-siapkan-panduan-penyiapan-destinasi-wisata-ramah-muslim-dan-layanan-wisata-halal>.
- Kemenparekraf. 2022. Daftar Perjanjian Bilateral Bidang Pariwisata. <https://kemenparekraf.go.id/hasil-kerjasama-luar-negeri/daftar-perjanjian-bilateral-bidang-pariwisata>.
- Kemenparekraf. (2022, 05 21). *Kemnparekraf*. Retrieved 06 2, 2023, from Kemnparekraf: <https://kemenparekraf.go.id/berita/siaran-pers-partisipasi-kemenparekraf-pada-atm-dubai-2022-untuk-bangkitkan-ekonomi-dan-buka-lapangan-kerja>
- Kemenparekraf. (2018). *Logo Halal Tourism Indonesia*. Retrieved 2023, from Kemenparekraf: https://jdih.kemenparekraf.go.id/asset/data_puu/Kepmen%20No_KM_40%20Ttg%20Logo%20Halal%20Tourism%20Indonesia.pdf
- Kementerian Luar Negeri, 2019 *Pidato Politik Luar Negeri Indonesia 2019-2024*. Jakarta. Kementerian Luar Negeri.
- Kementerian Pariwisata. 2019. *Rencana Strategis Pengembangan Wisata Halal 2019-2024*. Deputi Bidang Pengembangan Industri dan Kelembagaan. Indonesia.
- Kominfo. *Dorong Kinerja Perekonomian Nasional Lewat Digitalisasi e-Commerce dan Online Travel*.
- Kompas. 2019. *Kemenpar Luncurkan 10 Destinasi Wisata Halal Unggulan Indonesia*. <https://travel.kompas.com/read/2019/02/13/160600827/kemenpar-luncurkan-10-destinasi-wisata-halal-unggulan-indonesia>.
- Kompas. (2019). *Kompas Media*. Retrieved 06 14, 2023, from <https://travel.kompas.com/read/2019/04/06>
- Madziatul Churiyah, H. P. (2021). Halal Tourism, Implementation and What is Needed: Indonesia Case. *Advances in Economics, Business and Management Research*, volume 193 , 1-6.
- Maramis, M. I. (2022, November 01). *Masyarakat Ekonomi Syariah*. Retrieved November 01, 2022, from Kongres Halal Internasional 2022 Cetuskan 9 Butir Resolusi Halal Dunia: <https://www.ekonomisyariah.org/blog/2022/06/20/kongres-halal-internasional-2022-cetuskan-9-butir-resolusi-halal-dunia/>
- Master CrescentRating. (2022). *Global Muslim Travel Index*. Singapura: Master CrescentRating.

- Matthew B. Miles, A. M. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. United Nation: Sage Publication.
- McDonald, J. W. (1991). *Further Exploration of Track Two Diplomacy*. Syracuse: University Press.
- MD Siddique Azam, M. A. (2019). Halal tourism: Definiton, Justification and Scopes Towards Sustainable Development. *International Journal of Business, Economics and Law*, Vol 18, Issue 3, April 2019, , 25-172.
- Md Siddique E Azam Moha Asri Abdullah. (2020). Global Halal Industry: Realities and Opportunities. *International Journal of Islamic Business Ethics Vol 5 No 1 Maret 2020* , 49.
- Melissen, J. (2006). Public Diplomacy Between Theory and Practice. *The Present and Future of Public Diplomacy: A European Prespective* , 11-14.
- MES. (2022). *Kongres Halal Internasional 2022*. Retrieved 2023, from MES Masyarakat Ekonomi Syariah: <https://www.ekonomisyariah.org/blog/2022/06/20/kongres-halal-internasional-2022-cetuskan-9-butir-resolusi-halal-dunia/#:~:text=Kongres%20Halal%20Internasional%202022%20Cetuskan%209%20Butir%20Resolusi%20Halal%20Dunia,Administrator&text=Majelis%20Ulama%20I>.
- MUI. (2022). *Sejarah MUI*. Retrieved 2023, from MUI Digital: <https://mui.or.id/sejarah-mui/>
- News, A. (2019, 4 1). *Info Berita Aceh*. Retrieved 6 2, 2023, from AcehNews.Net: <https://www.acehnews.net/pameran-wisata-halal-di-malaysia-stand-aceh-dipadati-pengunjung/>
- Nursalikah, A. (2019, April 10). *Indonesia named the world's best halal tourist destination*. Retrieved November 11, 2022, from Republika: <https://www.republika.co.id/berita/pppz1d366/indonesia-named-the-worlds-best-halal-tourist-destination>
- Nye, J. (2009). *Public Diplomacy and Soft Power (Ebook Edition)*. California USA: Sage Publication.
- OECD. (2022, Desember 08). *Glossary of Statistical Terms*. Retrieved from OECD: <https://stats.oecd.org/glossary/detail.asp?ID=532>
- Pamuji, S. (2021, April 30). *Kemenag*. Retrieved Juni 2, 2023, from Kemenag: <https://kemenag.go.id/internasional/imt-gt-tempatkan-produk-halal-bagian-program-pemulihan-ekonomi-hny942>
- Puspaningtyas, L. (2020, 05 20). *Republika*. Retrieved 06 15, 2023, from <https://ameera.republika.co.id/berita/qamdja383/platform-wisata-ramah-muslim-luncurkan-wisata-virtual>

- Putra, D. (2022). The Future of the Halal tourism Market in Japan After Covid-19: An Economic Pragmatism Perspective. *Jurnal International Conference on Humanities and Social Sciences Vol 2022* .
- Reisinger, Y. (2009). *International Tourism: Culture and Behavior*. Burlington: Elsevier.
- Reza. (2019, April 22). *Liputan 6*. Retrieved Juni 2, 2023, from Liputan 6: <https://www.liputan6.com/news/read/3947577/17-influencer-dari-malaysia-jelajahi-wisata-banyuwangi>
- Rizky, M. (2021, 11 11). *Ekonomi*. Retrieved 6 2, 2023, from Liputan6: <https://www.liputan6.com/amp/4708286/uea-tunda-investasi-di-pulau-wisata-aceh-apa-alasannya>
- Ross, C. (2003). Pillars of Public Diplomacy 25. *Public Diplomacy 25* , <http://proquest.umi.com/>.
- Rusfiana, A. Y. (2016). *Teori dan Analisis Kebijakan Publik*. Bandung: Alfabeta.
- Sayekti, N. W. (2019). Strategi Pengembangan PAriwisata Halal di Indonesia. *Jurnal Kajian Vol 24 No 3 September 2019 Pusat penelitian bidang ekonomi dan kebijakan publik DPR RI* , 159-171.
- Siti Waliah, D. R. (2021). Tata Kelola PAriwisata Global di Kota Palembang. *Jurnal Penelitian Sosial dan Politik* , 11-22.
- Solehudin, C. N. (2018). *Pariwisata Halal Sebagai Instrumen Diplomasi Publik Indonesia (Era Presiden Joko Widodo Tahun 2014-2017)*. Yogyakarta: Program Studi Hubungan Internasional, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya UII.
- Statista. (2022, 12). *Jumlah perjalanan wisata masuk ke Hongaria dari 2022*. Retrieved 5 17, 2023, from Jumlah perjalanan wisata masuk ke Hongaria dari 2022: <https://www.statista.com/statistics/447104/number-of-inbound-visitors-in-hungary/>.
- Statistik, B. P. (2019). *Jumlah Perjalanan Wisatawan Nusantara 2017-2019*. Jakarta: BPS.
- Statistik, B. P. (2020). *Statistik Hotel dan Akomodasi Lainnya di Indonesia 2020*. Jakarta: BPS.
- Subarkah, A. R. (2018). Halal Tourims: Potency and Prospect towards Improving Local Economy (Case Study: NTB). *Airlangga Conference on International Relations (ACIR 2018) - Politics, Economy, and Security in Changing Indo-Pacific Region* , 226-229.
- Sukirman, D., Zulkarnaen, W. 2022. Manajemen Pariwisata Halal Dalam Perspektif Ekonomi Syariah. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, Vol. 3 No. 1.

- Suryani, S., Bustamam, N. 2021. Potensi Pengembangan Pariwisata Halal dan Dampaknya Terhadap Pembangunan Ekonomi Daerah Provisnsi Riau. *Jurnal Ekonomi KIAT*. Vol. 32, No. 2.
- Travel, C. (2022). *cheriatravel.id*. Retrieved 6 14, 2023, from cheriatravel.id: <https://cheriatravel.id/>.
- Treetan. (2020). *Treetan*. Retrieved 2023, from Treetan: <https://treetan.com/tentang-kami>.
- United Nations. (2019). Strategic Plannong Guide for Managers. *Strategic Plannong Guide for Managers*, file:///C:/Users/Microsoft/Downloads/4.5.1.6_Strategic%20Planning%20Guide_0.pdf.
- Wang, J. (2006). Public Diplomacy and Global Business. *The Journal of Business Strategy* 27 (3) , 49-58.
- World Travels and Tourism Council. (2021). *Research: Economic Impact Report*. Amerika Serikat: World Travels and Tourism Council.
- Writer, S. (2016, Maret 01). *Defining What is Halal Tourism or Halal Travel an Introduction*. Retrieved 04 02, 2023, from www.crescentrating.com: <https://www.crescentrating.com/magazine/muslim-travel/3852/defining-what-is-halal-travel-or-muslim-friendly-tourism.html>.
- WTO. (2022). *Defining Sustainable Tourism*. Retrieved November 11, 2022, from Return to the Sustainable Tourism Gateway: <http://www.gdrc.org/uem/eco-tour/sustour-define.html>.
- Zamani, F. &. (2010). Islamic tourism and managing tourism development in Islamic societies: The cases of Iran and Saudi Arabia. *The International Journal of Tourism Research* , 79.