

**DIPLOMASI PUBLIK PEMERINTAH JEPANG DALAM MEMBANGUN  
PARIWISATA HALAL (STUDY CASE INDONESIA & MALAYSIA),  
2014–2022**

**(Skripsi)**

**Oleh**  
**MUHAMAD FARHAN AUFA**  
**1916071044**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**UNIVERSITAS LAMPUNG**  
**BANDAR LAMPUNG**  
**2024**

## **ABSTRAK**

### **DIPLOMASI PUBLIK PEMERINTAH JEPANG DALAM MEMBANGUN PARIWISATA HALAL (STUDY CASE INDONESIA & MALAYSIA), 2014–2022**

**Oleh**

**MUHAMAD FARHAN AUFA**

Pariwisata halal, sebagai bentuk wisata yang mengakomodasi kebutuhan keagamaan umat Muslim, telah menjadi segmen pasar yang semakin menarik bagi banyak negara. Jepang, meskipun memiliki populasi Muslim yang minoritas, telah menunjukkan minat dalam mengembangkan industri pariwisata halal. Pertumbuhan pesat wisatawan Muslim dari Indonesia dan Malaysia, telah menjadi salah satu faktor pendorong utama.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis upaya Jepang dalam memenuhi kebutuhan wisatawan Muslim, dengan fokus pada periode 2014-2022. Dengan menggunakan teori diplomasi publik dan konsep pariwisata halal sebagai kerangka analisis, penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan upaya Jepang dalam Diplomasi Publik pada pembangunan pariwisata Halal di Jepang terhadap Indonesia dan Malaysia. Penelitian dengan pendekatan kualitatif ini menggunakan metode pengumpulan data sekunder yang dilakukan dengan studi pustaka.

Hasil dari penelitian ini adalah, Jepang telah melakukan diplomasi publik dengan fokus Indonesia dan Malaysia melalui inisiatif dengan rangkaian kebijakan pendukung pariwisata halal dalam negeri, melakukan pameran, promosi melalui misi diplomatik Kedutaan Besar, beradaptasi dengan wisatawan Muslim dengan membangun infrastruktur yang mendukung kebutuhannya.

*Kata kunci: Diplomasi Publik, Indonesia, Malaysia, Pariwisata Halal, Pemerintah Jepang*

## **ABSTRACT**

### **JAPAN'S PUBLIC DIPLOMACY IN EFFORT TO DEVELOPING HALAL TOURISM (STUDY CASE INDONESIA & MALAYSIA), 2014 - 2022**

**By**

**MUHAMAD FARHAN AUFA**

Halal tourism is defined as a form of tourism aimed at Muslims who wish to travel while maintaining their religious practices privately throughout the journey. However, as Japan is a country with a minority Muslim population, the number of Muslim tourists in Japan has increased since 2014 and continued to grow until 2019. This study examines Japan's efforts to meet the needs of Muslim tourists in their country despite not being a majority Muslim country. This study by qualitative approach using secondary data collection methods carried out with literature studies examines Japan's initiatives to meet the needs of Muslim tourists in its country even though it is not a Muslim-majority country, with the aim of explaining Japan's efforts to develop halal tourism towards Indonesia & Malaysia using public diplomacy theory and the concept of halal tourism. The study concludes that Japan has carried out public diplomacy with the focus to Indonesia and Malaysia by initiatives through a series of policies supporting domestic halal tourism, holding exhibitions, promotions through Embassy diplomatic missions, adapting to Muslim tourists by building infrastructure that supports their needs.

*Keywords: Halal Tourism, Indonesia, Japanese Government, Malaysia, Public Diplomacy*

**DIPLOMASI PUBLIK PEMERINTAH JEPANG DALAM UPAYA  
MEMBANGUN PARIWISATA HALAL (STUDY CASE INDONESIA &  
MALAYSIA), 2014–2022**

**Oleh**

**Muhamad Farhan Aufa**

**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**

**2024**

Judul Skripsi : **DIPLOMASI PUBLIK PEMERINTAH  
JEPANG DALAM MEMBANGUN  
PARIWISATA HALAL (STUDY CASE  
INDONESIA & MALAYSIA), 2014–2022**

Nama Mahasiswa : **Muhamad Farhan Aufa**


Nomor Pokok Mahasiswa : **1916071044**


Jurusan : **Hubungan Internasional**

Fakultas : **Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**




1. **Komisi Pembimbing**

  
**Tety Rachmawati, S.IP., M.A.**  
NIP. 19920309 201903 2020

  
**Rahayu Lestari, S.I.Kom., M.A.**  
NIP. 19890215 202203 2005

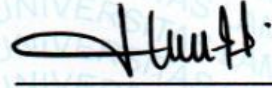
2. **Ketua Jurusan Hubungan Internasional**

  
**Simon Sumanjoyo H, S.A.N., M.PA.**  
NIP. 19810628 2005011 003

**MENGESAHKAN**

**1. Tim Penguji**

Ketua : **Tety Rachmawati, S.IP., M.A.**



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



Penguji Utama : **Gita Karisma, S.IP., M.Si.**



**2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



**Dr. Anna Gustina Zainal, S.Sos., M.Si**  
NIP. 197608212000032001

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : **16 Oktober 2024**

## 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 disebutkan 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, 04 Oktober 2024

Yang membuat pernyataan,



Muhamad Farhan Aufa

NPM. 1916071044

## RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Kotabumi, Lampung Utara pada hari Jum'at, 18 Februari 2000 dari pasangan Bapak Ahmad Yani dan Ibu Tina Riyanti. Penulis merupakan anak kedua dari tiga bersaudara dengan saudara pertama yang bernama Ahmad Medika Yustisi dan saudara ketiga yang bernama Nabil Fahriyafi. Penulis mulai menempuh pendidikan formal sekolah dasar di SDN 04 Tanjung Aman. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan tingkat menengah pertama di SMPN 3 Kotabumi dan menyelesaikan sekolah menengah atas di SMA Negeri 3 Kotabumi.

Pada tahun 2019, penulis diterima sebagai mahasiswa pada Jurusan Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung melalui jalur SBMPTN. Selama masa perkuliahan, Penulis aktif dalam melakukan kegiatan akademik dengan mengikuti kegiatan akademis seperti *International Indonesia-Croatia Joint Summer School* pada tahun 2019. Selain itu juga mengikuti kegiatan Kepanitiaan pada acara ULICOSS 2020 yang diadakan oleh Universitas Lampung, Ketua divisi teknis Zoom pada acara Fundemeet yang diadakan oleh HMJ HI (2020), Ketua Pelaksana dari Musyawarah Besar HI UNILA di tahun 2020, dan menjadi bagian dari divisi teknis pada IR IMUNE yang diadakan oleh HMJ HI (2022). Penulis melakukan kegiatan magang di Kedutaan Besar Kolombia di Jakarta pada tahun 2022.



## MOTTO

*“If you have the power to make someone happy, do it. The world needs more of that”*

(unkown)

*“At your absolute best, you still wont be good enough for the wrong person.*

*At your worst, you’ll still be worth it to the right person.”*

(unknown)

*“If you are more fortunate than others, build a longer table. Not a taller fence”*

(Anonym)

## SANWACANA

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT, karena atas Rahmat dan Hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Diplomasi Publik Pemerintah Jepang Dalam Upaya Membangun Pariwisata Halal (Study Case Indonesia & Malaysia), 2014–2022”. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana sekaligus menyelesaikan studi di Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.

Penulis juga tidak melupakan bahwa berhasilnya penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, doa, dan semangat berbagai pihak kepada penulis dalam menghadapi tantangan selama penelitian berlangsung, sehingga pada kesempatan kali ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT, atas segala berkah dan rahmat-Nya dalam memberikan kemudahan baik selama penyusunan hingga menyelesaikan skripsi, serta kepada Baginda Nabi Muhammad SAW yang menuntun dari zaman kegelapan menuju jalan kemenangan.
2. Prof. Dr. Ir. Lusmelia Afriani, D.E.A., I.P.M., selaku Rektor Universitas Lampung.
3. Ibu Dra. Ida Nurhaida, M. Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
4. Bapak Simon Sumanjoyo H, S.A.N., M.PA., selaku Ketua Jurusan Hubungan Internasional Universitas Lampung.
5. Ibu Tety Rachmawati, S.IP., M.A., selaku Dosen Pembimbing Utama skripsi, yang senantiasa sabar dalam memberikan ilmu, waktu, masukan, bimbingan, nasihat serta motivasi kepada penulis selama masa

perkuliahan, dan penyusunan skripsi hingga selesai. Terima kasih banyak atas segala dedikasinya selama ini.

6. Ibu Rahayu Lestari, S.I.kom., M.A., selaku Dosen Pembimbing Pendamping Skripsi yang sudah memberikan ilmu, waktu, masukan, bimbingan, nasihat serta motivasi kepada penulis agar lebih semangat lagi. Terima kasih banyak atas bantuannya selama proses penyusunan hingga penyelesaian skripsi saya.
7. Ibu Gita Karisma, S.IP., M.Si., selaku Dosen Penguji Skripsi yang telah memberikan ilmu, waktu, saran serta masukan kepada penulis. Terima kasih banyak sudah banyak membantu dan mengapresiasi saya selama masa perkuliahan, banyak memberikan ilmu baru, dan memberikan kepercayaan lebih kepada saya.
8. Seluruh Dosen Jurusan Hubungan Internasional, terima kasih atas ilmu, bantuan, dan pengalaman yang diberikan kepada penulis, serta tidak lupa selalu mengajarkan semboyan HI yaitu, 5S (Senyum, Sapa, Salam, Sopan, dan Santun) 1J (Jujur). Semoga kelak ilmu yang diperoleh penulis dapat menjadi bekal berharga kedepannya.
9. Kepada kedua orang saya, yaitu Ibu Dra. Tina Riyanti, dan Bapak Ahmad Yani, S.H., terima kasih banyak telah memberikan segalanya kepada penulis, mendidik saya dengan sepenuh hati, membekali dengan segala hal baik, selalu mengajarkan kejujuran dalam setiap proses hidup saya, selalu mengingatkan untuk menjaga kesehatan, selalu memberikan dukungan baik secara moril maupun materil, serta selalu membagikan energi baik untuk tetap semangat. Tidaklah cukup sanwacana ini untuk menuliskan segala kebaikan kalian, biarlah doa yang saya panjatkan kepada Allah untuk kalian. Semoga saya kedepannya menjadi manusia yang baik, bermanfaat, dan dapat saling membantu serta mengerti satu sama lain.
10. Untuk kakak dan adik saya, Ahmad Medika Yustisi dan Nabil Fahriyafi, terima kasih selalu memberikan do'a, bantuan, serta dukungan semangat baik secara moral maupun material. Lalu kepada kedua sepupu terdekat saya, M. Fadhel Albarraq dan Fauzan Yusal Ahmad. Terima kasih untuk

selalu mendukung saya sebagai seorang saudara, dan menerima diri saya apa adanya dengan segala kekurangan dan kelebihan yang saya miliki.

11. Untuk kakek saya tersayang, Datuk Alm. Saleh Ahmad, yang telah berpulang ke pangkuan yang maha kuasa pada saat skripsi ini dituliskan, yang mana beliau selama ini telah memberikan saya cerita mengenai masa lalunya untuk bekerja dengan negara Jepang, serta memberikan dukungan moril dan memiliki harapan yang besar terhadap masa depan saya. Skripsi ini saya dedikasikan sebagai kenangan kepada beliau.
12. Untuk sahabat saya, Hery Hermawan, Ilham Gusti Wijayanto, serta Egana Dwi Saparingga. Terima kasih kepada ketiganya yang tiada henti selalu mendukung, menolong, serta memberikan masukan mengenai proses penulisan skripsi saya, hingga selesainya skripsi ini. Lalu untuk teman teman lama yang setia menemani saya yaitu Islami Jufi, M. Rizki Pratama, M. Kurniawan Pratama, Andika Mardianto, Rafly Alamsyah, Boy Syahraga, Hafiz Al Fallaq, Neiska Millenia, Charis Claudia, Aisyah Nabilla, Mila Nurafiah, Sella Ayu, Alifa Zulaykha, Annisa Putri, Dean MP, Indah Falupi, Henia Amalia, beserta Diva Alycia dan Keluarga. Lalu para sobat karib satu hobi saya yaitu Rahadian Masaliha Probokusumo, Farrel Rasyidie, Sultan Syarief Abdullah, Achmad Wicaksono, Firdaus Maricar, Zakwan Umarella, Jack Darmawan, Rayhan Lovaryan, Raynor Musyaffa, Fierly VT, Boy Richard N., Rizki Ramadhan, Opik Qurrahman, dan Almira Erika serta rekan-rekan followers @Blobeyes.levira.
13. Special thanks kepada Firas Ramadin dan Danindra Audy, kedua teman baik saya yang memiliki sertifikasi kemampuan berbahasa Jepang dan telah membantu saya untuk melakukan cross check serta menterjemahkan dokumen resmi berbahasa Jepang pada saat saya melakukan penulisan Skripsi ini. Tanpa mereka, tentu skripsi tidak dapat dituliskan.
14. Ucapan terima kasih banyak terucapkan kepada mentor penulis, Mas Iwan Sulistyو, yang telah banyak memberikan saya berbagai ilmu dan pengalaman baru dengan kepercayaan yang beliau berikan.

15. Untuk para pegawai Kedutaan Besar Kolombia di Jakarta, terutama kepada Local Staff yaitu Pak Mutaqqien, Mas Rafi, Mba Dey, dan Angel. Terima kasih banyak atas segala bantuan, kebaikan, dan banyak sekali pelajaran yang diberikan kepada saya sebagai modal kehidupan saya di masa depan.
16. Untuk teman-teman KKN, yaitu Lucky Adianto, Fathurrokhman, Elsa Ismarini, Nabila Otavia, Meisi Yulanda, dan Cindy Novita, terima kasih sudah memberikan banyak cerita, serta pengalaman baru di tempat yang sama sekali asing di hidup saya, semoga kalian diberikan kesuksesan di manapun kalian saat ini berada.
17. Untuk seluruh mahasiswa HI yang terlibat dalam membantu proses pengerjaan skripsi ini, terutama untuk Ramadhani, Vladimir Augustian Simbolon, M. Daffa Andira, Yohanes Gabriel, Iksal Saputra, Hammam Mahfud, Yogi Wijaya, Arrofian Taufiq, Deswan Firlyan, Enggal Parikesit, Sulistyono, Arif Trihastomo, Arif Naufal, Faris Naufal, Mario Marcelino, Dino Utomo, Luthfi Fadilah, MGS Sodikin, Yoga Adi Pratama, Bimo Adi Farhanuh, Michael Felix, M.Dzakwan, M. Mulkan, Maher Simanjuntak, Imam Mahesa, Nasuha Sandia, Agil Mulyani, Shinta Adelia, Dhinne Ramadhani, Nur Azzahra, Victoria Alfita, Grace Inka, Divya Naila, Jean Nur Awalian, Cahyaningtyas KN., Evlyn Firstania Chaerul, Rosa Amelia, Dwi Sherlya, Sherin Novia, Sintia Viana, Deyna Yulian, Cici Khoriyah, Sonya Mumtaz, Mutiara Nisa, Amel Hian, Basa Ambarita, Ismi Fitria, Fitria Salsabila, Anisa Salsabila, Raisa Azmala, Nurmiali Najmah, Ghefin Nabila, Dennis T., Nafisa Rabani, Tasya Jade, Calista Athaya Fionanda, Syarah Intan Pratiwi, dan Rachel Benfica.
18. Kepada para barista Kafe Maharindu, serta Mba Indah Barista Kafe Kopi Kece cabang RS. Harapan Bunda yang selama ini dengan ramah melayani pada setiap kunjungan rutin yang penulis lakukan untuk menuliskan skripsi ini. Tentu kenangan yang tercipta dari keberadaan mereka semua akan selalu berada di ingatan penulis hingga di masa yang akan datang.

19. Kepada para benda yang telah membantu saya sepanjang perkuliahan ini, yaitu Cleonora, Elvira, Nocchirolla, Ninja 150SS, Supra Fit, Thinkpad X240, EliteBook 810 Revolve G2, Latitude 7480, Xperia XZ, iPhone 6S, Redmi 9A, iPhone XR, Realme 5, iPhone 11, Redmi Note 13 beserta para kucing dirumah yaitu Belang, Supay, Bejita, Mili, Yeyen, Mola, Carmen, Meng, dan Oreo.
20. Kepada saya sendiri sebagai penulis, Walaupun memiliki berbagai kekurangan dan tidak terlahir sebagai seseorang yang sepenuhnya sehat, namun masih dapat membuktikan jika dirinya masih memiliki kapatitas untuk meraih semua pencapaian ini. Semoga di masa depan dapat menjadi manusia yang lebih baik lagi kedepannya, selalu berjuang untuk kedepannya.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, maka penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun demi perbaikan dalam skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat digunakan sebagai referensi yang bermanfaat bagi penelitian selanjutnya, seluruh civitas akademika serta para pembaca.

Bandar Lampung, 10 Oktober 2024

Penulis

Muhamad Farhan Aufa

NPM 1916071044

## DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI .....	i
DAFTAR TABEL .....	iii
DAFTAR GAMBAR .....	iv
DAFTAR SINGKATAN.....	vi
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
II. TINJAUAN PUSTAKA .....	9
2.1 Landasan Konseptual .....	17
2.1.1 Diplomasi Publik .....	17
2.1.2 Konsep Pariwisata Halal.....	21
2.2 Kerangka Berpikir.....	24
III. METODOLOGI PENELITIAN .....	25
3.1. Jenis Penelitian.....	25
3.2 Fokus Penelitian.....	26
3.3 Jenis Data .....	26
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.5 Teknik Analisis Data.....	27

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	29
4.1. Pembangunan Wisata Halal Jepang.....	29
4.2. Analisis Diplomasi Publik Pemerintah Jepang Terhadap Indonesia Dan Malaysia Dalam Membangun Pariwisata Halal Tahun 2014–2022.....	38
Analisis Diplomasi Publik Jepang Menurut Teori Leonard .....	39
4.2.1. Meningkatkan Familiaritas Masyarakat Indonesia dan Malaysia Terhadap Jepang.....	40
4.2.2. Meningkatkan Apresiasi Masyarakat Indonesia dan Malaysia Terhadap Jepang.....	46
4.2.3. Melibatkan Masyarakat Indonesia dan Malaysia Dengan Jepang.....	50
4.2.4. Mempengaruhi Masyarakat Indonesia dan Malaysia Terhadap Jepang Dengan Diplomasi Publik.....	51
V. KESIMPULAN DAN SARAN .....	58
5.1 Kesimpulan .....	58
5.2 Saran .....	59
DAFTAR PUSTAKA .....	60



## **DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 - Rangkuman Literature Review .....	13
Tabel 4.1 - Daftar Pameran Halal yang dihadiri Pemerintah Jepang.....	53

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1 - Jumlah Populasi Penduduk Muslim dalam Persen di negara non-Muslim pada tahun 2020, Sumber : World Religion Database (Johnson & J. Grim, 2023).....	3
Gambar 2. Jumlah turis Jepang asal Indonesia dan Malaysia tahun 2014 hingga 2022 (Sumber: JNTO, 2023) .....	6
Gambar 3. Jumlah Wisatawan Jepang dari Seluruh Dunia (Sumber: JTA & JNTO, 2023) .....	6
Gambar 4. Breakdown dari perbandingan Jumlah Wisatawan Internasional dan Wisatawan Indonesia dan Malaysia ke Jepang pada tahun 2019 (Sumber: JTA, 2020).....	7
Gambar 5. Analisis Vosviewer (Data diolah peneliti).....	10
Gambar 6. The Circle of Public Diplomacy (Sumber: Leonard dkk., 2002) .....	19
Gambar 7. Sampul buku dari <b>Muslim Omotenashi Guidebook</b> (Panduan Keramahtamahan terhadap Muslim) (Sumber: JTA, 2015).....	32
Gambar 8. Ruang ibadah umat Muslim pada Gotemba Premium Outlet (Sumber: MLIT, 2015).....	33
Gambar 9. Jumlah Wisatawan Luar Negeri Jepang, 2019 - 2021 (Sumber: JNTO, 2023) .....	36
Gambar 10. GDP Per Kapita Jepang dalam US Dollar, 2014 - 2022 (Sumber: World Bank, 2024).....	38
Gambar 11 - Artikel bagian khusus Wisatawan Muslim pada situs resmi JNTO (Sumber: JNTO, 2023) .....	40
Gambar 12 Informasi mengenai sesi diskusi Pariwisata Halal pada JATA Tourism Expo Japan 2015 .....	48
Gambar 13. Contoh label Halal yang diterbitkan organisasi Islam di Jepang.....	50

Gambar 14. Contoh Sertifikasi Halal yang diterbitkan JHA.....	50
Gambar 15. Grafik Perkembangan Wisatawan Muslim asal Indonesia dan Malaysia di Jepang, 2014 – 2022 (Sumber: JNTO, 2023).....	57

## DAFTAR SINGKATAN

APEC	: Asia-Pacific Economic Cooperation
COVID-19	: Coronavirus Disease of 2019
FAO	: Food And Agriculture Organization
GDP	: Gross Domestic Product
ICAO	: International Civil Aviation Organization
JAKIM	: Jabatan Kemajuan Islam Malaysia
JETRO	: Japan External Trade Organization
JHA	: Japan Halal Association
JIT	: Japan Islamic Trust
JMA	: Japan Muslim Association
JNTO	: Japan National Tourism Organization
JTA	: Japan Tourism Agency
LCC	: Low Cost Carrier Flights
MHC	: Malaysia Halal Cooperation
MLIT	: Ministry of Land, Infrastructure, Transport and Tourism (Kementerian Pertanahan, Infrastruktur, Transportasi dan Pariwisata Jepang)
PBB	: Perserikatan Bangsa-Bangsa
UNWTO	: United Nations World Tourism Organization

## **I . PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Penganut Agama Islam di dunia adalah salah satu dari umat beragama yang mewakili keanekaragaman di antara penduduk bumi, Pada tahun 2020 umat Muslim memiliki jumlah populasi 1,886 miliar manusia atau 23% dari total populasi dunia (Johnson & J. Grim, 2023; O'Neill, 2023). Angka tersebut diperkirakan akan meningkat menjadi 32% pada dekade mendatang seiring dengan pertumbuhan populasi dunia, di mana jumlah umat Muslim diperkirakan akan meningkat sebesar 70%, menjadi mencapai 3 miliar pada tahun 2060, sehingga dalam rentang waktu tersebut penduduk Muslim akan mewakili 31,1% dari jumlah total penduduk dunia (Lipka & Hackett, Conrad, 2015). Pertumbuhan populasi Muslim di dunia, meningkatnya kesadaran tentang gaya hidup halal, dan meningkatnya daya beli umat Muslim menyebabkan pasar yang ditujukan kepada umat Muslim terus meningkat sebesar 20% setiap tahunnya (Pacific, 2010). Nilai pasar tersebut diperkirakan mencapai 560 miliar dolar per tahun (Pacific, 2010), dengan estimasi nilai total yang berkembang hingga 2.3 triliun dolar dan jumlah ini tidak termasuk industri perbankan Islam yang juga berkembang pesat (Elasrag, 2016). Perkembangan pesat dari populasi Muslim di seluruh dunia adalah faktor pendorong utama terjadinya ekspansi pasar Halal di dunia (Latif, 2017).

Peningkatan populasi Muslim di dunia menyebabkan peningkatan kebutuhan umat Muslim untuk menjalani hidup sesuai dengan ajaran agamanya (Azam & Abdullah, 2020). Hal ini mendorong berbagai negara untuk membangun industri halal, termasuk industri pariwisata halal (Azam & Abdullah, 2020). Pada agama Islam umat Muslim diatur melalui hukum Syariah yang diambil dari Kitab Suci Al-Qur'an dan Riwayat Hadis (Bassiouni, 2014). Dalam menentukan segala sesuatu yang dapat dilakukan, umat Muslim mengikuti kaidah Halal

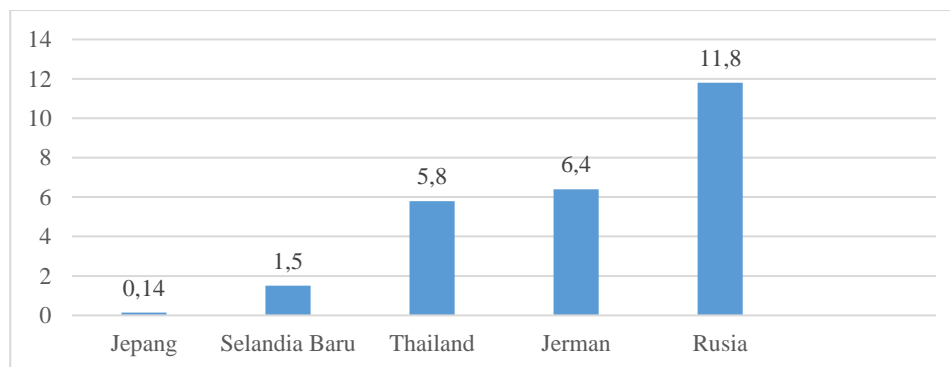
(Diperbolehkan), untuk menentukan diperbolehkan atau tidaknya sebuah tindakan menurut Islam (Faruki, 1966). Menyadari makna dari kaidah halal dan dampaknya terhadap ekonomi global, *Food And Agriculture Organization* (FAO), organisasi di bawah Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) juga telah mempersiapkan panduan untuk penggunaan kata “halal” terhadap negara anggotanya (Miskam dkk., 2015). Pada awalnya pariwisata halal memiliki pengertian sebagai *Islamic Tourism*, yaitu sebuah bentuk wisata berdasarkan pada keyakinan agama Islam dan ditujukan kepada umat Muslim yang ingin berwisata dengan tetap memegang kebiasaan beragama Islam secara pribadi sepanjang perjalanan (Carboni dkk., 2014). *Islamic Tourism* dan pariwisata halal adalah konsep yang sama, merujuk pada industri pariwisata yang secara khusus dilakukan oleh umat Muslim yang memprioritaskan kehidupan sesuai dengan nilai-nilai dan prinsip-prinsip Islam. (Zamani-Farahani & Henderson, 2009).

Dalam konteks pengembangan pariwisata halal, pemilihan Jepang sebagai subjek penelitian menjadi relevan mengingat populasi Muslim yang relatif kecil di negara ini. Setidaknya hingga tahun 2020, terdapat sekitar 194.000, atau hanya 0,14% warganya yang menganut Islam (Tanada, 2021). Sebagian besar dari Masyarakat Muslim adalah pendatang yang tinggal di Jepang untuk sementara dikarenakan alasan pendidikan maupun pekerjaan, Mereka akan kembali ke negara asalnya setelah pekerjaan atau pendidikannya di Jepang selesai (Nouh, 2012). Dalam menjalani kesehariannya, Masyarakat Muslim di Jepang menghadapi beberapa kesulitan dikarenakan kurangnya pengetahuan masyarakat dan pemerintah Jepang mengenai umat Muslim dan rendahnya dukungan akomodasi umat Muslim oleh Pemerintah dan masyarakat Jepang (Sugibayashi, 2017).

Kesulitan yang dihadapi masyarakat Muslim Jepang untuk mencari makanan yang Halal, dikarenakan terbatasnya bahan dan produk makanan yang halal di Jepang. Selain itu, label bahan baku produk makanan yang ditulis dalam tulisan Jepang tidak memberikan informasi mengenai halal tidaknya produk tersebut untuk dikonsumsi (Nakano dkk., 2015). Masyarakat Jepang disaat bersamaan tidak terbiasa dengan kepercayaan hanya terhadap satu agama sehingga memiliki kesulitan dalam memahami penganut agama Islam beserta gaya hidup

yang harus diikuti berdasarkan agama (Sugibayashi, 2017). Kurikulum pendidikan Jepang juga hanya mengajarkan toleransi beragama, namun tidak mengajarkan mengenai agama kepada siswa sekolahnya. Berdasarkan undang-undang pendidikan Jepang, sekolah negeri di Jepang dianjurkan untuk tidak mengajarkan atau melakukan kegiatan keagamaan yang spesifik pada satu agama (Sugibayashi, 2017). Jika Jepang memiliki keinginan membangun industri pariwisata halal di dalam negeri, akan lebih rasional jika Pemerintah Jepang membangun industri tersebut untuk wisatawan yang berasal dari luar negaranya (Putra Pratama, 2022).

Bersamaan dengan Jepang, terdapat beberapa negara yang dipilih sebagai pembanding dalam upaya pembangunan pariwisata halal, yang mana negara-negara tersebut adalah negara dengan umat Muslim sebagai warga minoritas namun memiliki upaya untuk menciptakan reputasi sebagai negara yang ramah terhadap wisatawan Muslim. Negara tersebut adalah Jerman (Pfündel et al., n.d.), Thailand (Nurdiansyah, 2018), Rusia (Gabdrakhmanov et al., 2016), ataupun Selandia Baru (Razzaq et al., 2016). Sebagai negara sesama dengan penduduk Muslim minoritas yang juga berupaya membangun *Halal Tourism* dalam negeri, Jepang memiliki persentase jumlah penduduk Muslim yang paling kecil dibandingkan dengan negara-negara yang telah disebutkan.



Gambar 1 - Jumlah Populasi Penduduk Muslim dalam Persen di negara non-Muslim pada tahun 2020, Sumber : World Religion Database (Johnson & J. Grim, 2023)

Dalam grafik pada gambar 1, proporsi jumlah penduduk Muslim di Jepang dengan hanya 0.14% merupakan yang paling rendah jika dibandingkan dengan Selandia Baru, Thailand, Jerman, dan Rusia. Umat Muslim di Selandia Baru merepresentasikan sekitar 1.5% dari total penduduknya, sementara Thailand memiliki proporsi 5.8%, Jerman 6.4%, dan Rusia 11.8%. Meskipun memiliki persentase jumlah penduduk Muslim yang paling kecil di antara negara non-Muslim lain, Jepang tetap tertarik untuk mengembangkan pariwisata halal di negaranya. Sejak tahun 2015, Jepang telah meluncurkan berbagai program pengembangan pariwisata halal di dalam negerinya (MLIT, 2015). Sebagai negara dengan penduduk Muslim minoritas, Pemerintah Jepang telah mengeluarkan beberapa kebijakan mengenai pariwisata halal di negaranya. Pemerintah Jepang memiliki sebuah rangkaian laporan dan kebijakan yang dirancang Pemerintah Jepang untuk membangun Pariwisata Halal dalam negerinya yang berjudul, *Action Plan for Muslim Visitors to Japan* yang terbit pada tahun 2018. Mengutip *Action Plan 2018*, “*Since these Muslim-majority countries are markets where production and consumption are expected to expand rapidly in the future, Japan is also required to improve the environment for accepting Muslim tourists and promote the attraction of Japan.*” Pernyataan tersebut menunjukkan jika Jepang memiliki upaya untuk membangun Pariwisata Halal. Mengutip pernyataan dari Kementerian Pertanahan, Infrastruktur, Transportasi dan Pariwisata Jepang (*Ministry of Land, Infrastructure, Transport and Tourism/MLIT*), “Terjadi peningkatan pesat kedatangan wisatawan dari Asia Tenggara, yang disebabkan oleh dilonggarkannya persyaratan pengajuan visa kepada negara-negara tersebut. Bermunculannya maskapai penerbangan dengan harga terjangkau (Low Cost Carrier Flights/LCC) menyebabkan adanya prediksi bahwa jumlah wisatawan Muslim yang berasal dari negara dengan mayoritas Muslim akan terus meningkat. Oleh karena itu, penting bagi Pemerintah Jepang untuk meningkatkan lingkungan yang mendukung penerimaan wisatawan Muslim di Jepang” (MLIT, 2015)

Pemerintah Jepang juga menunjukkan adanya ketertarikan pada wisatawan Muslim melalui *Japan National Tourism Organization* (JNTO). JNTO adalah organisasi pemerintah di bawah MLIT yang bertanggung jawab untuk mempromosikan dan mendukung pariwisata Jepang, termasuk memberikan

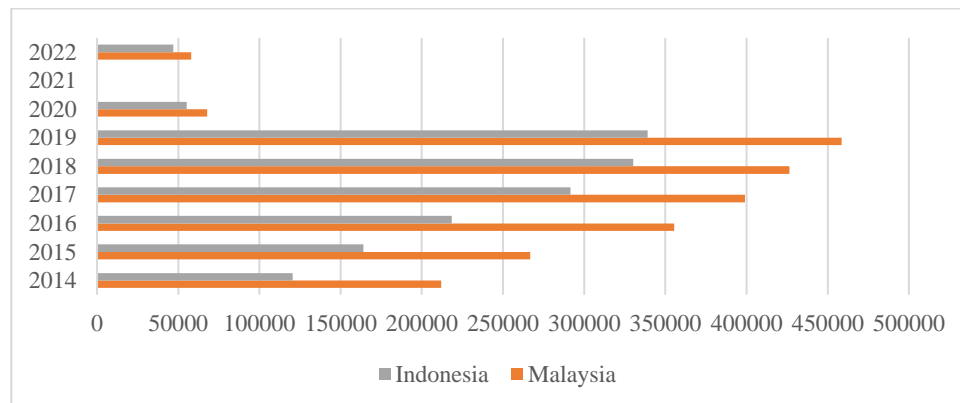


informasi tentang Jepang sebagai tujuan wisata bagi wisatawan internasional. Pada situs resmi JNTO, terdapat bagian khusus untuk wisatawan Muslim yang menyatakan bahwa Jepang sedang terus meningkatkan keramahan terhadap wisatawan Muslim. Hal ini dilakukan sebagai respons terhadap peningkatan angka pariwisata ke Jepang setiap tahun (JNTO, 2023). JNTO menyatakan bahwa perjalanan halal dan *Halal Tourism* adalah salah satu segmen yang mengalami perkembangan fenomenal di Jepang. Hal ini terjadi karena penduduk negara-negara Muslim dari Asia Tenggara seperti Indonesia dan Malaysia telah dibebaskan untuk memperoleh visa jika wisatawan tersebut memegang paspor elektronik dengan standar *International Civil Aviation Organization (ICAO)*. Kedua negara ini disebut oleh JNTO dikarenakan mayoritas dari wisatawan Muslim yang datang ke Jepang berasal dari negara-negara tersebut (JNTO, 2023).

JNTO terlihat memiliki kesadaran jika wisatawan Muslim akan mengalami kesulitan dalam mencari makanan Halal. Hal ini dapat dilihat dari pernyataan JNTO pada halamannya, “Jepang adalah negara yang toleran dengan agama yang berbeda-beda dan semakin menyesuaikan diri dengan kebutuhan pengunjung Muslim. Namun, wisatawan Muslim harus waspada, karena tidak ada badan pusat untuk akreditasi halal. Meskipun demikian, terdapat banyak sumber yang ramah Muslim. Ini termasuk: Panduan Sambutan Jepang untuk Wisatawan Muslim, Panduan Jepang untuk Pengunjung Muslim, Hidangan Adiboga Halal Jepang, Food Diversity Today, dan HalalJapan.jp”(Japan National Tourism Organization, 2023). Pada *Action Plan for Dealing with Muslim Tourists Visiting Japan*, setelah diterjemahkan, Pemerintah Jepang menyatakan “*The target countries for Muslim travelers, which Japan should especially target in the future, include economic levels and Based on a comprehensive assessment of the number of Muslim overseas tourists and good access to Japan, Malaysia and Indonesia are considered to be the most powerful, and we actively disseminate information on meals and prayer environments.*”(MLIT, 2018). Pemerintah Jepang mempertimbangkan Malaysia dan Indonesia sebagai dua negara Asia Tenggara yang memiliki tingkat ekonomi paling baik dan akses paling mudah untuk mengunjungi Jepang di antara negara mayoritas Muslim lainnya (MLIT, 2018). Pemerintah Jepang terlihat aktif berusaha menyediakan informasi dan fasilitas yang ramah terhadap wisatawan

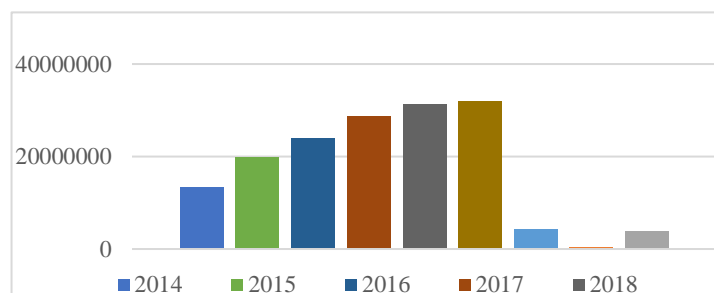
Muslim, dengan JNTO dan MLIT menjadi dua entitas yang secara khusus mengatasi kebutuhan para wisatawan Muslim yang berkunjung ke Jepang.

Dengan di fokuskan nya Indonesia dan Malaysia oleh pemerintah Jepang dalam upaya pengembangan pariwisata halal dalam negerinya, maka kedua negara tersebut menjadi fokus utama pada penelitian ini. Di bawah ini adalah angka dari Wisatawan yang berasal dari Indonesia dan Malaysia



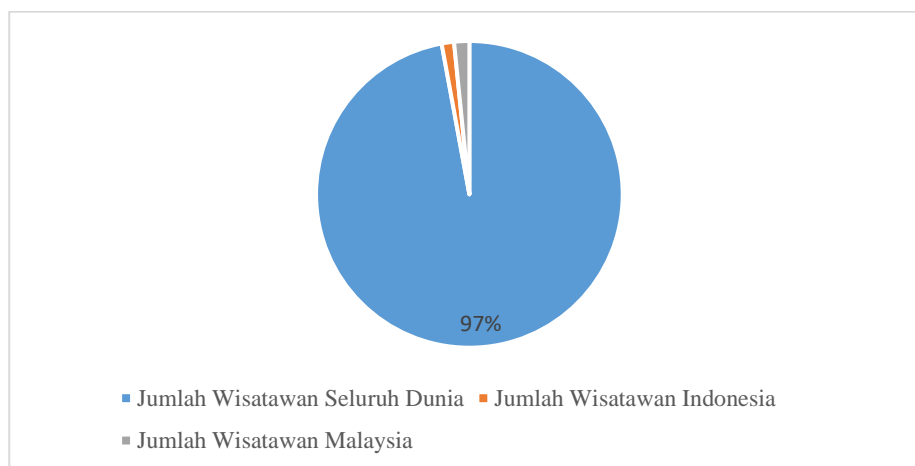
Gambar 2. Jumlah turis Jepang asal Indonesia dan Malaysia tahun 2014 hingga 2022  
(Sumber: JNTO, 2023)

Pada gambar 2 yang menjelaskan mengenai angka wisatawan asal Indonesia dan Malaysia, sejak 2014 terlihat bahwa jumlah wisatawan dari Malaysia dan Indonesia terus meningkat hingga mencapai puncaknya pada tahun 2019, di mana pada saat itu Indonesia menyumbangkan hingga 339.133 wisatawan yang datang ke Jepang dengan tujuan pariwisata. Selanjutnya, Malaysia menyumbangkan sebanyak 458.519 wisatawan. Jika dikombinasikan, keduanya pada tahun 2019 sebagai negara Muslim, mereka telah menyumbangkan total 797.652 wisatawan ke Jepang.



Gambar 3. Jumlah Wisatawan Jepang dari Seluruh Dunia  
(Sumber: JTA & JNTO, 2023)

Grafik pada gambar 5 menunjukkan jumlah wisatawan Jepang dari seluruh dunia sejak tahun 2014 hingga 2022, Grafik ini dicantumkan sebagai gambaran umum dari jumlah total wisatawan Internasional yang datang ke Jepang sehingga dapat dibandingkan dengan wisatawan Indonesia dan Malaysia sebagai negara mayoritas penduduk Muslim. Terlihat bahwa pertumbuhan jumlah wisatawan Jepang dari Indonesia dan Malaysia pada periode yang sama sejalan dengan pertumbuhan wisatawan seluruh dunia yang mencapai puncaknya di tahun 2019 dengan jumlah 31,8 juta wisatawan. Walaupun disebutkan pada halaman resmi MLIT dan JNTO bahwa kedatangan wisatawan dari Malaysia dan Indonesia diantisipasi oleh Jepang, data lain yang dihimpun oleh *Japan Tourism Agency* (JTA) menunjukkan bahwa dari total 31,88 juta wisatawan dunia yang datang ke Jepang pada tahun 2019, Indonesia dan Malaysia tidak termasuk dalam negara-negara dengan jumlah wisatawan terbesar yang berkunjung ke Jepang.



Gambar 4. Breakdown dari perbandingan Jumlah Wisatawan Internasional dan Wisatawan Indonesia dan Malaysia ke Jepang pada tahun 2019  
(Sumber: JTA, 2020)

Pada gambar 3 dan 4, yang memaparkan jumlah wisatawan dunia yang datang ke Jepang, Indonesia dan Malaysia masing-masing berkontribusi sebesar 1.3% dan 1.6% dari total jumlah wisatawan pada tahun 2019. Grafik *Pie Chart* pada gambar 6 memberikan gambaran perbandingan antara wisatawan Muslim di Jepang dengan total wisatawan internasionalnya. Setidaknya 4 tahun setelah Jepang memulai program sosialisasi untuk Wisatawan Muslim, kontribusi jumlah wisatawan Muslim dari Indonesia dan Malaysia relatif tidak signifikan dibandingkan dengan wisatawan dari negara lainnya. Hal ini menarik untuk dikaji

karena walaupun terdapat fakta dari relatif rendahnya jumlah turis Indonesia dan Malaysia ke Jepang, MLIT dan JNTO tetap menjalankan program pembangunan pariwisata halal di dalam negerinya.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Jepang merupakan negara dengan populasi muslim sebagai minoritas. Di Jepang, menurut data dari JNTO jumlah infrastruktur pariwisata halal di Jepang masih terbatas. Namun terdapat peningkatan jumlah wisatawan muslim di Jepang pada 2014 dan terus meningkat hingga 2022. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya menjawab satu pertanyaan, yakni: Bagaimana upaya diplomasi publik pemerintah Jepang dalam membangun pariwisata halal terhadap Indonesia dan Malaysia selama periode tahun 2014 sampai 2022?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan penjabaran masalah di atas, penelitian ini memiliki dua tujuan, yakni:

1. Mendeskripsikan pengembangan wisata halal Jepang, dan;
2. Menganalisis diplomasi publik Pemerintah Jepang terhadap Indonesia dan Malaysia dalam membangun pariwisata halal tahun 2014–2022

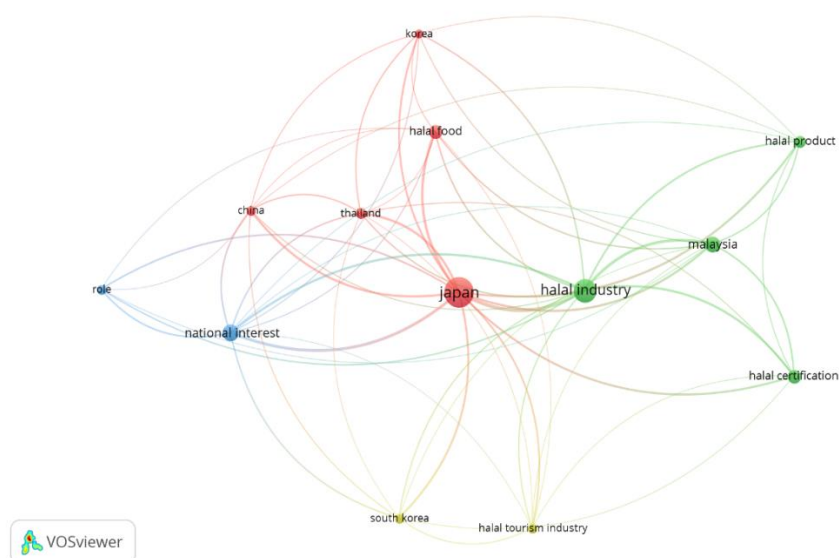
## **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis untuk pengembangan ilmu pengetahuan pada bidang Hubungan Internasional mengenai kebijakan diplomasi publik pariwisata halal di Jepang dan negara-negara di kawasan Asia Tenggara.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka merupakan bagian integral dari penelitian yang bertujuan membantu peneliti dalam mengidentifikasi topik, memberikan konteks, mendukung metodologi, dan memberikan arah bagi penelitian. Dengan melakukan tinjauan pustaka terhadap penelitian sebelumnya yang memiliki keterkaitan dengan topik ini, peneliti dapat mengidentifikasi beberapa penelitian yang menjadi dasar untuk mengkaji topik yang sedang diangkat. Tujuan dari diulasnya penelitian terdahulu adalah menentukan posisi penelitian ini, menyoroti perbedaannya dengan penelitian sebelumnya, dan memberikan dasar bagi kerangka pemikiran yang menjadi landasan penelitian ini.

Untuk menilai kebaruan penelitian ini, digunakan analisis bibliometrik sebagai metode untuk menganalisis artikel yang ditemukan oleh peneliti. Akademisi menggunakan analisis bibliometrik untuk berbagai alasan, mulai dari menemukan tren yang sedang berkembang pada artikel dan jurnal, pola kolaborasi, penyusunan penelitian, serta untuk mengeksplorasi struktur intelektual pada wilayah tertentu di literatur yang saat ini ada (Donthu dkk., 2021). Analisis menggunakan *software* berupa Publish or Perish dan Vosviewer untuk menciptakan pemetaan dari penelitian ini. Kata kunci yang peneliti gunakan pada Publish or Perish dalam analisis adalah *Japan*, *Halal Industries*, *Halal tourism*, dan *National Interest*, sehingga melalui aplikasi tersebut ditemukan 200 artikel yang relevan dengan penelitian ini. Lalu peneliti menggunakan data tersebut untuk dipetakan oleh Vosviewer.



Gambar 5. Analisis Vosviewer  
(Data diolah peneliti)

Hasil pemetaan melalui Vosviewer menunjukkan bahwa kata kunci 'Japan' memiliki hubungan dengan 'Halal Industry,' 'National Interest,' 'Halal Food,' 'Thailand,' 'Malaysia,' dan 'Halal Tourism Industry.' Namun, tidak adanya kata kunci yang membahas kebijakan *Halal Tourism* Jepang terhadap negara Asia Tenggara selain Malaysia dan Thailand dalam pemetaan tersebut menunjukkan kebaruan topik penelitian ini. Oleh karena itu, peneliti memutuskan untuk mengangkat topik penelitian ini sebagai subjek penelitian.

Beberapa penelitian yang menjadi dasar penelitian ini adalah sebagai berikut. Jurnal pertama dituliskan oleh Thamrin (Thamrin & Virgianita, 2019), penelitian kualitatif ini mendiskusikan perkembangan industri Halal di Jepang dari sudut pandang strategi Pemerintah Jepang dalam memaksimalkannya sebagai solusi pemasukan negara, melalui sumber data sekunder disimpulkan jika Pemerintah Jepang memiliki peranan dalam membangun Industri pariwisata halal di negaranya melalui berbagai kebijakan yang mendukung industri Halal seperti masjid dan pariwisata yang ramah terhadap Muslim, serta kebijakan yang menarik pariwisata dari negara mayoritas Muslim seperti kemudahan pemberian visa kepada negara seperti Indonesia dan Malaysia.

Jurnal kedua adalah tulisan dari Neneng Konety (Konety dkk., 2021), penelitian kualitatif ini menganalisis perkembangan industri Halal di Jepang dalam berbagai sektor sebagai negara dengan Muslim sebagai minoritas melalui sudut pandang *Rational Choice Theory*. Melalui sumber data primer dan sekunder, disimpulkan jika Jepang dianggap memiliki kepentingan pada industri Halal dikarenakan keputusan tersebut rasional dari fakta jika Industri Halal dapat membantu mendorong perekonomian Jepang dengan datangnya wisatawan dari negara dengan mayoritas masyarakat Muslim dikarenakan berkurangnya wisatawan yang datang dari Tiongkok dan Korea Selatan akibat kurang baiknya hubungan ketiga negara.

Jurnal ketiga yang menjadi dasar dari adanya penelitian ini adalah jurnal yang dituliskan S. Yasuda (Yasuda, 2017). Melalui pendekatan kualitatif, penelitian ini mengeksplorasi perkembangan pengetahuan halal yang terkait pada industri pariwisata Jepang melalui perspektif *knowledge management* dengan mengkaji penyebaran standar dari sertifikasi halal, serta pembentukan pengetahuan halal pada pasar pariwisata halal Jepang. Menggunakan konsep *tacit knowledge*, dan teori *knowledge management* dengan menghimpun sumber data sekunder, disimpulkan pengembangan pasar pariwisata halal di Jepang terjadi dengan berbagai kendala dan kritik seperti adanya anggapan prosedur sertifikasi Halal yang diberikan oleh lembaga pemberi sertifikasi terlalu disederhanakan demi mendapatkan keuntungan lebih, sehingga sebaiknya pengetahuan mengenai konsep halal di Jepang harus memetik nilai sosial melalui pengembangan basis pengetahuan yang menyematkan pengetahuan halal dalam konteks sosial Jepang, melalui interaksi yang berkelanjutan di antara para pemegang kepentingan.

Jurnal keempat yang akan menjadi dasar dari penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan T. Sugibayashi (Sugibayashi, 2017). Tujuan dari penelitian Kualitatif untuk memahami bagaimana keadaan umat Muslim hidup di Jepang, dengan mengidentifikasi masalah dihadapi umat Muslim dalam menjalani serta menerapkan nilai-nilai agama Islam pada kehidupannya di Jepang. Penelitian ini juga mengidentifikasi bagaimana umat Muslim di Jepang melakukan adaptasi dan kompromi dalam menjalankan nilai agama di Jepang sebagai umat minoritas.

Melalui data sekunder, Penelitian ini menyimpulkan kurangnya pengetahuan dan dukungan terhadap umat Islam di Jepang membuat hidup sesuai ajaran agama sulit. Meski umat Muslim berusaha beradaptasi dengan kebudayaan Jepang, individu yang baru menjadi Muslim setelah hidup sebagai non-Muslim mengalami kesulitan karena terbiasa dengan budaya yang sebagian diharamkan oleh Islam. Ini menyebabkan sebagian umat Muslim Jepang hanya dapat mengikuti sebagian ajaran Islam. Penelitian menyimpulkan bahwa hidup sebagai umat Muslim sangat berat di Jepang dan sulit sepenuhnya mengikuti ajaran agama Islam tanpa melakukan kompromi.

Selanjutnya jurnal kelima yang menjadi dasar penelitian ini adalah jurnal yang dituliskan oleh S.Alhabshi (Alhabshi, 2016). Penelitian kualitatif ini mencoba untuk mengkaji potensi Jepang untuk unggul pada industri halal di negaranya dan menitikberatkan pada bisnis makanan halalnya melalui sumber data primer dan sekunder. Setelah dijawabnya kuesioner mengenai makanan halal, hanya 5% orang yang mengetahui ataupun pernah mendengar definisi halal, Sementara 95% responden non Muslim di Jepang tidak mengetahui definisi dari kata halal, bahkan masyarakat Jepang sendiri belum memiliki pemahaman yang baik mengenai Islam sebagai sebuah agama (Alhabshi, 2016). Disimpulkan walaupun terdapat dukungan dari pemerintah Jepang, industri halal di Jepang baru dapat berkembang ketika masyarakat sendiri telah melihat urgensi dari adanya industri halal tersebut di Jepang.

Jurnal keenam dituliskan oleh Abdul Kodir (Kodir dkk., 2019) yang memiliki tujuan penelitian untuk memahami bagaimana kondisi kesiapan Jepang untuk menyambut Olimpiade 2020 dalam menyediakan fasilitas wisata halal kepada wisatawan Muslim. Dengan konsep pariwisata halal, penelitian kualitatif dengan sumber data primer ini memiliki kesimpulan ketersediaan fasilitas wisata halal di Jepang tidaklah cukup dengan melihat kurangnya informasi berbahasa Inggris untuk wisatawan Muslim, serta sulitnya ketersediaan serta akses terhadap makanan halal dan adanya masalah pada kesediaan sertifikasi halal di Jepang.

Jurnal ketujuh yang akan menjadi dasar penelitian ini adalah penelitian yang ditulis oleh Dhany P. Pratama (Putra Pratama, 2022). Penelitian kualitatif



Dengan sumber data primer dan sekunder ini menggunakan perspektif *Economic Pragmatic* dalam menjelaskan bagaimana pariwisata halal di Jepang berkembang dalam 5 tahun terakhir serta pada Pandemi *Coronavirus Disease of 2019 (COVID-19)* dan bagaimana pariwisata Jepang dapat didukung untuk pulih pasca pandemi dengan menggunakan perspektif *economic pragmatism* untuk mencocokkan kebijakan dengan kepentingan pembangunan ekonomi. Melalui penelitian tersebut disimpulkan jika pengembangan industri halal dan pariwisata halal di Jepang sangat tergantung pada pasar yang berasal dari luar Jepang, seperti peningkatan angka populasi Muslim di dunia serta datangnya turis muslim asing. Pandemi *COVID-19* menjadi bukti jika ketergantungan industri Halal Jepang kepada turis asing dapat membahayakan eksistensi industri Halal sendiri jika terlalu bergantung kepada turis luar Jepang. Industri Halal Jepang butuh mengembangkan dirinya lagi agar lebih dapat diterima oleh pasar domestik sehingga tidak perlu menggantungkan sepenuhnya kepada turis asing.

Agar mempermudah dilakukannya analisis perbandingan pada penelitian terdahulu, peneliti akan menyajikan rangkuman melalui tabel berikut.

Tabel 2.1. Rangkuman Tinjauan Pustaka

<b>Nama, Judul dan Tahun Penelitian</b>	<b>Tujuan penelitian</b>	<b>Teori/Konsep, Sumber data dan Metode Penelitian</b>	<b>Hasil Penelitian</b>
<b>Muhammad Thamrin, <i>Strategic Role of Japanese Government in Promoting Halal Market in Japan</i> (2018)</b>	Mendiskusikan perkembangan industri Halal di Jepang dari sudut pandang strategi Pemerintah Jepang dalam memaksimalkannya sebagai solusi pemasukan negara	<i>Stated-centered Approach</i> , Sekunder, Kualitatif	Pemerintah Jepang dalam membangun Industri pariwisata halal di negaranya melalui berbagai kebijakan yang mendukung industri Halal seperti masjid dan pariwisata yang ramah terhadap muslim, serta kebijakan yang menarik pariwisata dari negara mayoritas muslim seperti kemudahan pemberian visa kepada negara seperti Indonesia dan Malaysia.

Nama, Judul dan Tahun Penelitian	Tujuan penelitian	Teori/Konsep, Sumber data dan Metode Penelitian	Hasil Penelitian
<b>Neneng Konety, Japan's Rational Choice in Developing the Halal Industry (2021)</b>	Menganalisis perkembangan industri Halal di Jepang dalam berbagai sektor sebagai negara dengan Muslim sebagai minoritas melalui sudut pandang <i>Rational Choice Theory</i>	<i>Rational Choice Theory</i> , Primer dan sekunder, Kualitatif	Jepang dianggap memiliki kepentingan pada industri Halal dikarenakan keputusan tersebut rasional dari fakta jika Industri Halal dapat membantu mendorong perekonomian Jepang dengan datangnya wisatawan dari negara dengan mayoritas masyarakat muslim, dikarenakan kurangnya wisatawan yang datang dari Tiongkok dan Korsel akibat kurang baiknya hubungan ketiga negara.
<b>Shin Yasuda, Managing Halal Knowledge in Japan: Developing Knowledge Platforms for Halal Tourism in Japan (2017)</b>	Mengeksplorasi perkembangan pengetahuan halal yang terkait pada industri pariwisata Jepang melalui perspektif knowledge management dengan mengkaji penyebaran standar dari sertifikasi halal, pembentukan pengetahuan halal pada pasar pariwisata halal Jepang.	<i>Konsep tacit knowledge, dan perspektif Knowledge management</i> , Sekunder, Kualitatif	Pengembangan pasar pariwisata halal di Jepang terjadi dengan berbagai kendala dan kritik seperti adanya anggapan prosedur sertifikasi Halal yang diberikan oleh lembaga pemberi sertifikasi terlalu disederhanakan demi mendapatkan keuntungan lebih, sehingga sebaiknya pengetahuan mengenai konsep halal di Jepang harus memetik nilai sosial melalui pengembangan basis pengetahuan yang menyematkan pengetahuan halal dalam konteks sosial Jepang, melalui interaksi yang berkelanjutan di antara para pemegang kepentingan.

<p><b>Takuma Sugibayashi, <i>Living in Japan as a Muslim: Current Situations and Problems</i> (2017)</b></p>	<p>Memahami bagaimana keadaan umat Muslim hidup di Jepang, dengan mengidentifikasi masalah dihadapi umat Muslim dalam menjalani serta menerapkan nilai-nilai agama Islam pada kehidupannya di Jepang. Penelitian ini juga mengidentifikasi bagaimana umat Muslim di Jepang melakukan adaptasi dan kompromi dalam menjalankan nilai agama di Jepang sebagai umat minoritas.</p>	<p>Konsep umat Muslim, Sekunder, Kualitatif</p>	<p>Kurangnya pengetahuan dan dukungan terhadap umat Islam di Jepang membuat hidup sesuai ajaran agama sulit. Meski umat Muslim berusaha beradaptasi dengan kebudayaan Jepang, individu yang baru menjadi Muslim setelah hidup sebagai non-Muslim mengalami kesulitan karena terbiasa dengan budaya yang sebagian diharamkan oleh Islam. Ini menyebabkan sebagian umat Muslim Jepang hanya dapat mengikuti sebagian ajaran Islam. Penelitian menyimpulkan bahwa hidup sebagai umat Muslim sangat berat di Jepang dan sulit sepenuhnya mengikuti ajaran agama Islam tanpa melakukan kompromi.</p>
<p><b>Sharifah Alhabshi, <i>Could Japan Excel In The Halal Food Industry?</i> (2016)</b></p>	<p>Mengkaji potensi Jepang untuk unggul pada industri Halal di negaranya, dan menitikberatkan pada bisnis makanan Halalnya.</p>	<p><i>Halal concept, Halal food concept</i>, Primer dan sekunder, Kualitatif</p>	<p>Walaupun terdapat dukungan dari Pemerintah Jepang, Industri Halal di Jepang baru dapat berkembang ketika Masyarakat sendiri telah melihat urgensi dari adanya industri Halal tersebut di Jepang.</p>

<b>Nama, dan Penelitian</b>	<b>Judul dan Tahun</b>	<b>Tujuan penelitian</b>	<b>Teori/Konsep, Sumber data dan Metode Penelitian</b>	<b>Hasil Penelitian</b>
<b>Abdul Kodir, Current Issues Of Halal tourism. Case Study In Japan (2018)</b>		Memahami bagaimana kondisi kesiapan Jepang untuk menyambut Olimpiade 2020 dalam menyediakan fasilitas wisata Halal kepada wisatawan Muslim.	<i>Halal tourism concept</i> , Primer, Kualitatif	Ketersediaan fasilitas wisata Halal di Jepang tidaklah cukup dengan melihat kurangnya informasi berbahasa Inggris untuk wisatawan Muslim, serta sulitnya ketersediaan serta akses terhadap makanan Halal.
<b>Dhany Putra Pratama, The Future of the Halal tourism Market in Japan After COVID-19: An Economic Pragmatism Perspective (2022)</b>		Menjelaskan bagaimana pariwisata halal di Jepang berkembang dalam 5 tahun terakhir dan pada pandemi COVID-19 dan bagaimana Pariwisata Jepang dapat didukung untuk pulih pasca pandemi, dengan menggunakan perspektif <i>economic pragmatism</i> untuk mencocokkan kebijakan dengan kepentingan pembangunan ekonomi.	<i>Economic Pragmatic perspective</i> , Primer dan sekunder, Kualitatif	Pengembangan Industri Halal dan pariwisata halal di Jepang sangat tergantung pada peningkatan angka populasi muslim di dunia, datangnya turis Muslim asing dan pasar yang berasal dari luar Jepang. Pandemi Covid-19 menjadi bukti ketergantungan industri Halal Jepang kepada turis asing dapat membahayakan eksistensi Industri Halal di Jepang. Industri Halal Jepang butuh dikembangkan lebih lanjut agar dapat diterima oleh pasar domestik sehingga tidak perlu bergantung kepada turis Asing.

Sumber : Diolah oleh peneliti

Berdasarkan rangkuman tinjauan pustaka dalam Tabel 2.1, terlihat perbedaan signifikan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya. Penelitian-penelitian sebelumnya banyak memfokuskan pada perkembangan industri Halal di Jepang, mengidentifikasi hambatan dan potensi industri pariwisata halal, serta menganalisis perkembangan industri pariwisata halal di

Jepang selama delapan tahun terakhir. Sementara itu, penelitian ini secara khusus menyoroti upaya diplomasi publik Pemerintah Jepang dalam membangun pariwisata halal terhadap Indonesia dan Malaysia. Pendekatan yang diambil melibatkan teori dan konsep dalam Hubungan Internasional untuk merinci strategi dan implementasi diplomasi publik Jepang terkait pariwisata halal.

## **2.1 Landasan Konseptual**

Bagian ini akan menjelaskan teori dan konsep yang akan digunakan sebagai perangkat peneliti dalam menjalankan penelitian, dikarenakan landasan konseptual akan memberikan kerangka kerja dalam memahami fenomena sosial serta menjadi perangkat untuk melakukan interpretasi terhadap apa yang ditemukan pada penelitian (Bryman, 2012). Dalam konteks ini, peneliti akan memanfaatkan dua landasan konseptual utama, yaitu teori diplomasi publik dan konsep pariwisata halal. Kedua landasan konseptual ini akan digunakan untuk merinci upaya Pemerintah Jepang dalam membangun pariwisata halal dengan peningkatan jumlah wisatawan muslim Indonesia dan Malaysia di negara tersebut.

### **2.1.1 Diplomasi Publik**

Sebagai negara yang masih relatif belum dikenal sebagai destinasi pariwisata halal di dunia, Jepang berusaha menciptakan sebuah branding yang menegaskan dirinya sebagai negara perintis pariwisata halal yang menarik kepada wisatawan Muslim dunia. Fenomena ini sejalan untuk dijelaskan melalui teori diplomasi publik.

Diplomasi publik adalah proses komunikasi yang dilakukan oleh pemerintah suatu negara kepada masyarakat internasional. Diplomasi publik memiliki tiga tujuan utama, yaitu: mempromosikan tujuan dan kebijakan negara, mengkomunikasikan nilai dan gagasan negara, serta membangun pemahaman dan kepercayaan antara masyarakat internasional dan negara tersebut (Wang, 2006). Pada diplomasi publik, Komunikasi berperan penting dalam membentuk dan mengubah persepsi dan sikap publik untuk memiliki kesan yang baik terhadap negara pelaku diplomasi, yang juga penting dalam hubungan antarnegara (Wang, 2006).

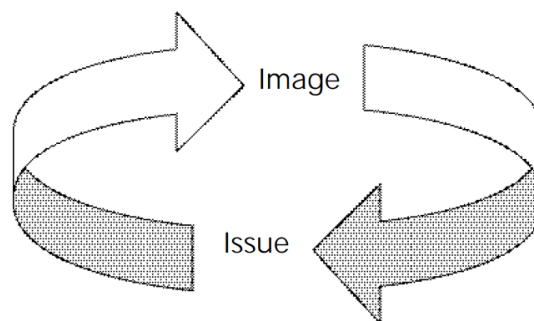
Reputasi negara yang baik dapat memiliki peran krusial dalam instrumen diplomasi publik, mempengaruhi baik secara politik maupun ekonomi(Wang, 2006). Reputasi tersebut mempengaruhi kemampuan negara untuk mengejar dan mencapai tujuan politik internasional, menarik aliran dana investasi asing, dan memperoleh kunjungan pariwisata. Reputasi juga mempengaruhi persepsi dan keputusan pembelian konsumen terhadap produk dari negara tersebut(Wang, 2006).

Leonard mengemukakan, diplomasi publik berkaitan dengan upaya membangun hubungan: memahami kebutuhan negara, budaya, dan masyarakat lain; menyampaikan sudut pandang negara; memperbaiki kesalahpahaman; mencari area di mana kedua belah pihak dapat menemukan kesamaan(Leonard et al., 2002). Perbedaan mendasar antara diplomasi publik dan diplomasi tradisional adalah bahwa diplomasi publik melibatkan kelompok yang jauh lebih luas di kedua belah pihak, dan rangkaian kepentingan yang lebih meluas daripada pemerintahan pada saat itu (Leonard dkk., 2002).

Diplomasi publik didasarkan pada keyakinan bahwa citra dan reputasi suatu negara adalah benda publik yang dapat menciptakan lingkungan yang mendukung atau menghambat transaksi individual (Leonard dkk., 2002). Upaya terhadap isu-isu tertentu akan mencerminkan citra umum negara tersebut, baik dalam arah positif maupun negatif (Leonard dkk., 2002). Sebagai contoh, reputasi historis Inggris dalam tradisi akan membantu merek bersejarah seperti Asprey's dalam menjual produk mereka, dan kampanye periklanan mereka akan memperkuat reputasi Inggris sebagai negara bersejarah (Leonard dkk., 2002). Begitu pula, reputasi Norwegia sebagai mediator internasional yang terpercaya dapat membantu meyakinkan pihak-pihak berbeda di Sri Lanka bahwa mereka adalah perantara yang jujur, yang pada gilirannya akan menambah reputasi mereka dalam menciptakan perdamaian (Leonard dkk., 2002).

Menurut Leonard, Hierarki dampak yang dapat dicapai melalui diplomasi publik adalah:

- Meningkatkan familiaritas masyarakat internasional terhadap negara pelaku diplomasi (membuat masyarakat internasional memikirkan negara tersebut, memperbarui citra negara, mengubah opini negatif negara tersebut terhadap masyarakat)
- Meningkatkan apresiasi masyarakat internasional terhadap negara tersebut (menciptakan persepsi positif, membuat masyarakat melihat isu-isu penting secara global dari perspektif yang sama dengan negara tersebut)
- Melibatkan masyarakat internasional dengan negara tersebut (memperkuat hubungan - dari reformasi pendidikan hingga kerja sama ilmiah; mendorong masyarakat internasional untuk melihat negara tersebut sebagai destinasi menarik untuk pariwisata, studi, pembelajaran jarak jauh; mendorong masyarakat untuk membeli produk negara tersebut; membuat mereka memahami dan mengikuti nilai-nilai negara)
- Mempengaruhi masyarakat internasional (mendorong perusahaan untuk berinvestasi, masyarakat untuk mendukung posisi negara atau politisi negara tersebut untuk berpihak kepada negara itu sebagai mitra yang dihargai) (Leonard dkk., 2002).



Gambar 6. *The Circle of Public Diplomacy* (Sumber: Leonard dkk., 2002)

Pada gambar *The Circle of Public diplomacy*, Mark Leonard mengemukakan bahwa terdapat kaitan antara citra (image) dan isu (issue) pada konteks diplomasi publik. Dalam hal ini, setiap negara memiliki berbagai isu yang bervariasi, dan isu-isu tersebut umumnya memengaruhi hubungan negara tersebut baik di tingkat domestik maupun internasional (Leonard dkk., 2002). Sehingga dalam fenomena diplomasi publik, *The Circle of Diplomacy* menjelaskan jika isu pada sebuah negara dapat berubah berdasarkan pada citra yang dibentuk dari upaya diplomasi publik. Sehingga diplomasi publik menjadi instrumen penting dalam mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap isu-isu yang terjadi di suatu negara. Proses ini menciptakan lingkaran saling memengaruhi antara citra yang dibentuk dan isu-isu yang dihadapi oleh suatu negara.

Alasan peneliti memilih diplomasi publik sebagai dasar dari penelitian adalah dikarenakan teori ini mampu menjelaskan upaya Pemerintah Jepang untuk membangun pariwisata halal di negaranya. Diplomasi publik digunakan untuk memahami dasar keputusan Pemerintah Jepang dalam merintis industri halal, meskipun Jepang memiliki populasi Muslim sebagai minoritas. Hal ini juga mempertimbangkan fakta bahwa pada puncaknya wisatawan Muslim dari Indonesia dan Malaysia jika digabungkan hanya menyumbang sekitar 2.9% dari total wisatawan dunia yang datang ke Jepang di tahun 2019.

Tindakan Pemerintah Jepang untuk mempromosikan pariwisata halal dapat dipandang sebagai upaya diplomasi publik Jepang terhadap masyarakat internasional. Menurut teori diplomasi publik, salah satu tujuan utama dari diplomasi publik adalah mempromosikan tujuan dan kebijakan negara. Dengan mendasarkan pada teori ini, upaya Jepang untuk membangun industri pariwisata halal diharapkan dapat meningkatkan reputasi Jepang, khususnya sebagai destinasi pariwisata halal yang ramah terhadap wisatawan Muslim. Sebelumnya, Jepang lebih dikenal sebagai negara yang kurang ramah terhadap Muslim karena kurangnya fasilitas dan makanan yang sesuai dengan aturan agama. Oleh karena itu, penelitian ini akan mengkaji lebih lanjut kebijakan Pemerintah Jepang dalam membangun pariwisata halal di dalam negeri, dengan berfokus pada aspek-aspek diplomasi publik yang terlibat dalam upaya tersebut.



### 2.1.2 Konsep Pariwisata Halal

Untuk memahami fenomena pariwisata halal yang terjadi di Jepang, Peneliti membutuhkan pemahaman mengenai makna dari konsep pariwisata halal. Kata pariwisata didefinisikan sebagai fenomena sosial, budaya, dan ekonomi yang mengikuti dari pergerakan masyarakat ke berbagai tempat dan negara di luar dari lingkungan yang biasa mereka tempati (*UNWTO*, 2008), lalu kata Halal sendiri berasal dari bahasa Arab yang bermakna harfiah "Diperbolehkan" dan memiliki pengertian, "Segara hal serta tindakan yang dapat dilakukan dan diperbolehkan oleh Allah SWT" (*Al-Qaradawi dkk.*, 2013). Kata "Halal" ini menjadi dasar utama dari konsep Halal, yang mana tidak hanya berhubungan dengan makanan ataupun produk makanan, namun juga meliputi segala aspek kehidupan umat Muslim (*El-Gohary*, 2016). Dalam hal ini konsep Halal dibangun dari kebutuhan setiap umat Muslim terhadap produk yang diperbolehkan oleh agamanya.

Dalam beberapa waktu terakhir, terdapat temuan bahwa wisatawan Muslim menjadi lebih sensitif terhadap produk yang dikonsumsi dan mulai lebih memilih produk dan layanan yang sesuai dengan ketentuan agama (*M. M. Battour dkk.*, 2012). Selain itu terdapat peningkatan kesadaran di antara umat Muslim untuk memilih pilihan produk Halal dibandingkan produk lain untuk memenuhi kebutuhannya (*M. Battour & Ismail*, 2014). Peningkatan sensitivitas umat Muslim terhadap produk Halal mendorong meningkatnya kesadaran umat Muslim untuk mengutamakan produk Halal dibandingkan produk non-Halal lainnya dan hal ini menjadi tujuan utama dari adanya pariwisata halal (*El-Gohary*, 2016).

Zamani-Farahani dan Henderson menyatakan jika pariwisata Islam dan pariwisata halal adalah sebuah konsep yang sama dan mereka mendefinisikan pariwisata Islam sebagai pariwisata yang utamanya dilakukan oleh umat Muslim yang lebih memilih untuk tetap berpegang kepada kebudayaannya (*Zamani-Farahani & Henderson*, 2009). Pendapat lain mendefinisikan pariwisata Islam sebagai "Pariwisata yang menyesuaikan pada Islam, melibatkan orang berkeyakinan Islam yang berkepentingan untuk tetap memegang kebiasaan keagamaan pribadi sepanjang perjalanannya" (*Carboni dkk.*, 2014).

Battour dan Ismail menyatakan bahwa pariwisata halal adalah segala bentuk objek maupun kegiatan pariwisata yang diperbolehkan berdasarkan ajaran Islam bagi umat Muslim di industri pariwisata. Definisi tersebut menjadikan Hukum Syariah sebagai basis untuk menyajikan produk dan layanan pariwisata yang diutamakan kepada pasar yang utamanya berisi umat Muslim, seperti hotel halal (Hotel yang memenuhi ketentuan hukum Syariat), *resort* halal, restoran halal, serta perjalanan halal. Definisi ini mengklaim bahwa lokasi ataupun kegiatan yang dilakukan tidak terbatas pada ranah Muslim semata, namun juga termasuk pada layanan dan produk yang di desain untuk wisatawan Muslim baik di negara mayoritas Muslim maupun negara mayoritas non-Muslim. Definisi tersebut mempertimbangkan perjalanan yang dilakukan bukanlah semata untuk keperluan religius, namun juga untuk perjalanan dengan sebagaimana tujuan seseorang untuk berwisata (M. Battour & Ismail, 2016).

Perbedaan yang dimiliki antara pariwisata biasa dengan pariwisata halal dapat dilihat dari adanya ketentuan yang harus dipenuhi pariwisata halal untuk memenuhi kebutuhan gaya hidup umat Muslim. Ketentuan utama pariwisata halal meliputi:

- Tidak boleh menyajikan alkohol.
- Tidak boleh ada klub malam.
- Hanya boleh menyajikan makanan Halal.
- Tidak boleh menyajikan daging babi ataupun atau produk makanan serupa yang mengandung babi.
- Staf pria untuk lantai khusus pria.
- Staf wanita untuk wanita dan keluarga.
- Staf wanita untuk lantai khusus wanita.
- Saluran TV yang memenuhi kesesuaian terhadap umat Muslim.
- Ruang sholat terpisah untuk pria dan wanita.
- Anggota staf Muslim.
- Berpakaian Islami untuk seragam staf (busana staf yang diperbolehkan Islam).
- Al-Quran di setiap kamar.

- Sajadah di setiap kamar.
- Penunjuk arah kiblat.
- Fasilitas Hotel yang terpisah antara pria & wanita (seperti gym, kolam renang, dll.).
- Lukisan yang tidak menggambarkan bentuk manusia.
- Tempat tidur dan toilet diatur agar tidak menghadap ke arah kiblat.
- Bidet di kamar mandi.
- Kode berpakaian yang sesuai dengan syariat Islam untuk tamu.
- Hotel (dan perusahaan pariwisata lainnya) harus mengikuti prinsip Zakat.

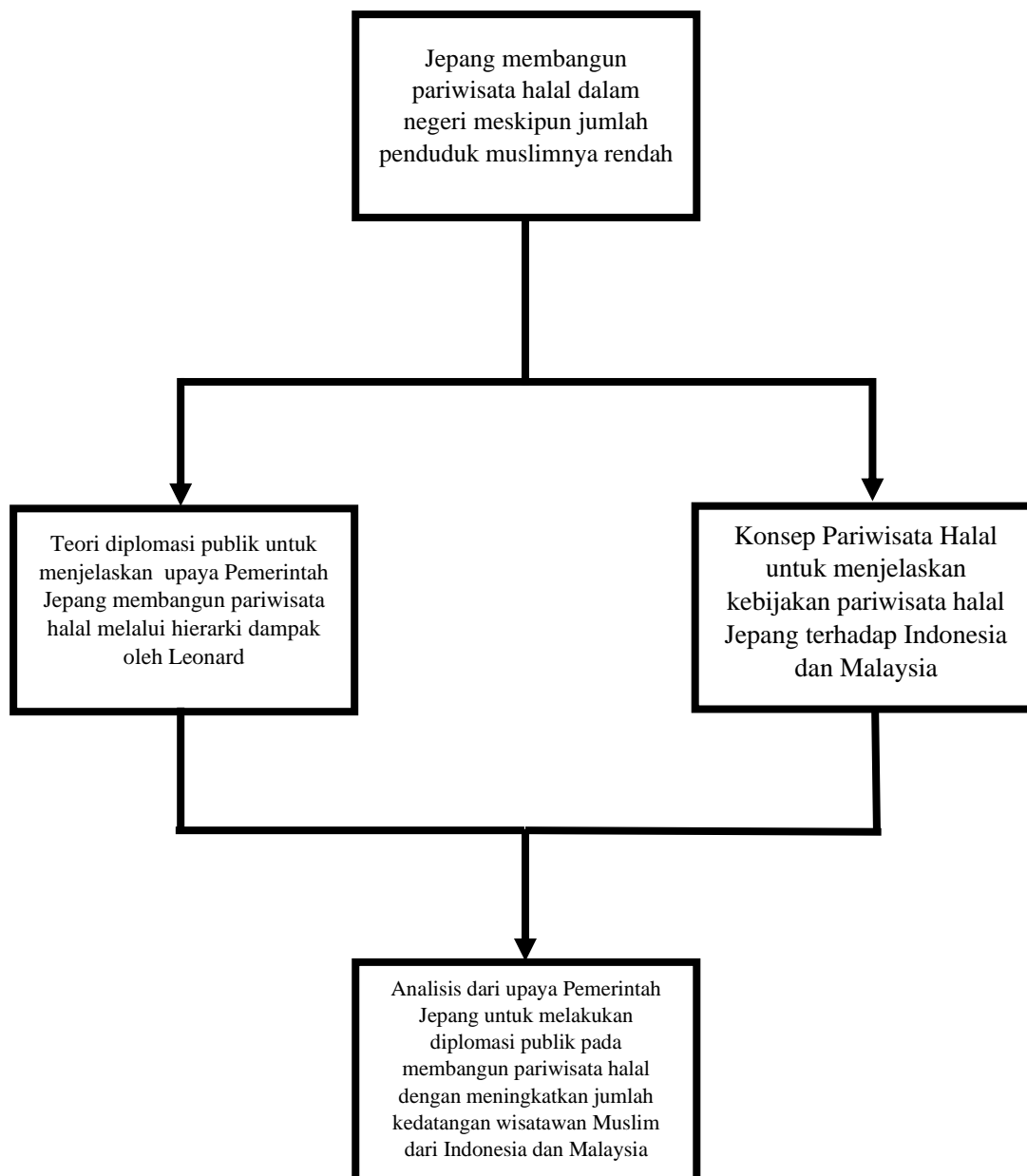
Sumber: (El-Gohary, 2016)

Pada penelitian ini Konsep Pariwisata Halal berfungsi sebagai kerangka kerja yang komprehensif dalam penelitian. Kerangka ini membantu mengidentifikasi bentuk pembangunan Pariwisata Halal di Jepang, implementasi Pariwisata Halal dalam negeri Jepang, serta faktor-faktor utama yang mempengaruhi pengembangan pariwisata halal di Jepang. Dengan demikian, peneliti dapat menyusun dan memilah data yang relevan, sehingga analisis terhadap upaya Jepang dalam membangun pariwisata halal, khususnya untuk menarik wisatawan Indonesia dan Malaysia melalui diplomasi publik, dapat dilakukan secara sistematis.

## 2.2 Kerangka Berpikir

Berdasarkan Uraian yang telah dituliskan di atas, berikut adalah Kerangka Berpikir yang akan menjelaskan alur dari Penelitian ini :

a



*\*Sumber: Diolah oleh peneliti*

### **III. METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis Penelitian**

Penelitian yang peneliti lakukan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif adalah pendekatan yang bertujuan untuk mengkaji dan memahami bagaimana individu atau kelompok dalam memahami masalah manusia maupun sosial. Proses dari penelitian ini melibatkan munculnya pertanyaan serta prosedur, dan data sendiri sering kali dikumpulkan melalui keadaan partisipan subjek penelitian dengan analisis data yang dibangun secara induktif melalui tema yang bersifat umum, serta bagaimana peneliti menciptakan interpretasi arti dari data yang telah disadur sehingga hasil akhir dari penelitian memiliki struktur yang fleksibel (Creswell, 2014). Proses dari penelitian ini membutuhkan peneliti untuk menginterpretasikan data yang telah didapat untuk dapat di deskripsikan dan dijelaskan sesuai dari interpretasi yang dimiliki oleh sang peneliti agar dapat menunjukkan alasan data tersebut masuk akal untuk dimasukkan ke dalam penelitian.

Pada penelitian dalam metode kualitatif, hasil yang telah diperoleh bukan melalui statistik maupun pengukuran. Output yang didapatkan dari penelitian Kualitatif adalah tulisan dan kalimat yang menjelaskan secara spesifik serta terkait dengan jelas terhadap perilaku subjek yang diamati (Creswell, 2014). Deskriptif analitis merupakan metode yang menggunakan proses analisis data, penyajian data dan penarikan kesimpulan untuk memaparkan hal-hal yang dijadikan sebagai objek penelitian. Peneliti memilih metode penelitian Kualitatif dikarenakan metode tersebut tepat untuk mengeksplorasi kebijakan diplomasi publik Jepang terhadap Indonesia dan Malaysia serta fenomena sosial dibalik upaya Jepang membangun pariwisata halal.

### 3.2 Fokus Penelitian

Dalam tujuannya, Fokus penelitian bekerja untuk membatasi masalah yang akan dibahas pada penelitian. *“Qualitative research focuses on the process that is occurring as well as the product or outcome. Researchers are particularly interested in understanding how things occur”* (Creswell, 2014), Fokus penelitian ini adalah diplomasi publik yang dilakukan pemerintah Jepang pada tahun 2014–2022. Penelitian ini akan berfokus pada diplomasi publik yang dilakukan pemerintah Jepang secara garis besar dengan tujuan penelitian ini dapat menjawab bagaimana upaya Jepang untuk membangun pariwisata halal dengan melakukan diplomasi publik terhadap wisatawan Muslim Indonesia dan Malaysia.

Dikarenakan tahun pemerintah Jepang memulai membuat kebijakan tentang pariwisata halal berada pada 2014 dan tahun tersebut pemerintah Jepang memulai fokusnya pada pembangunan pariwisata halal hingga tahun 2022, maka peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian terhadap diplomasi publik Jepang mulai dari rentang tahun 2014, hingga rentang tahun 2022.

### 3.3 Jenis Data

Penelitian Kualitatif ini menggunakan sumber data sekunder. Analisis data sekunder adalah analisis terhadap data yang sudah ada sebelumnya dan dilakukan oleh peneliti yang sebelumnya tidak pernah terlibat pada pengumpulan data tersebut (Bryman, 2012). Dikarenakan sumber data primer diterbitkan dalam Bahasa Jepang, peneliti mengalami kesulitan dalam melakukan penerjemahan sumber data primer, namun kendala tersebut dapat diatasi melalui penggunaan aplikasi penerjemah seperti *DeepL*, *Bing Microsoft Translator* dan *Google Translate* sehingga peneliti dapat memahami isi dari sumber data tersebut.

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang akan dipilih pada penelitian ini melalui Studi Pustaka. Teknik ini dilakukan dengan mengumpulkan data dari buku, jurnal, artikel, publikasi resmi pemerintah, beserta halaman resmi Pemerintah Jepang seperti website MLIT maupun JNTO ([mlit.go.jp](http://mlit.go.jp), [jnto.go.jp](http://jnto.go.jp)), ataupun website Pemerintah Negara Indonesia dan Malaysia.

### 3.5 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan teknik analisis data yang digagas oleh Miles dan Huberman. Teknik analisis data dibangun melalui 3 tahapan, yaitu kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan di mana dapat dijelaskan sebagai berikut (Miles dkk., 2014) :

#### 1. Kondensasi Data

Pengertian kondensasi data merujuk kepada proses untuk memilih data, memusatkan data, menyederhanakan data yang telah didapat hingga mengalih bentuk data yang berada dalam bentuk penuh seperti catatan di lapangan, transkrip wawancara, dokumen, serta berbagai sumber bahan empiris lainnya. Sumber data yang diperoleh oleh peneliti melalui studi pustaka telah dianalisis untuk dapat dikondensasi menjadikan data lebih kuat untuk disajikan pada penelitian ini.

#### 2. Penyajian Data

Setelah data di kondensasi, tahapan selanjutnya adalah penyajian data. Untuk menghindari pengulangan serta membawa pembaca untuk dapat lebih cepat mencapai inti dari data, Penyajian data akan disajikan melalui teks naratif yang telah terorganisir, grafik, maupun tabel yang dapat memberikan pemahaman lebih baik kepada pembaca (Miles dkk., 2014). Teks naratif yang digunakan pada penelitian ini berbentuk teks naratif deskriptif, lalu tabel yang peneliti gunakan berupa tabel seperti 2.1, dan grafik pada gambar 1, gambar 2, serta beberapa gambar grafik lainnya yang menjelaskan data mengenai Pariwisata Halal Jepang. Tujuan penyajian data adalah membantu proses analisis data bergerak menuju tahapan selanjutnya. Berdasarkan penjelasan tersebut, data yang dipilih sebagai sumber dapat disederhanakan menjadi lebih relevan lagi.

### 3. Penarikan Kesimpulan

Tahapan terakhir dari teknik analisis data ini adalah penarikan kesimpulan, yaitu upaya untuk melakukan verifikasi data yang telah dikondensasi dan disajikan untuk ditarik sebagai kesimpulan dari penelitian yang dilakukan. Proses verifikasi data bersifat krusial untuk menjamin kebenaran dari penelitian tersebut (Miles dkk., 2014). Dalam teknik analisis data ini, Proses analisis data adalah sebuah proses yang berjalan dengan bertahap secara berkelanjutan hingga data yang disajikan telah diverifikasi dan cukup untuk diambil sebagai kesimpulan penelitian. Kesimpulan dari penelitian ini adalah Jepang telah melakukan diplomasi publik terhadap Indonesia dan Malaysia melalui inisiatif dengan rangkaian kebijakan pendukung pariwisata halal dalam negeri, melakukan pameran serta pemberian sertifikasi halal secara resmi ke produknya, promosi melalui misi diplomatik Kedutaan Besar, beradaptasi dengan wisatawan Muslim dengan membangun infrastruktur yang mendukung kebutuhannya.



## **V. KESIMPULAN DAN SARAN**

### **5.1 Kesimpulan**

Jepang telah berupaya membangun pariwisata halal melalui berbagai kebijakan diplomasi publik yang ditargetkan bagi wisatawan Muslim, terutama dari Indonesia dan Malaysia. Melalui kerangka diplomasi publik, Jepang telah berinisiatif memenuhi kebutuhan spesifik wisatawan Muslim dengan rangkaian kebijakan yang mendukung pariwisata halal dalam negeri. Inisiatif ini mencakup edukasi pelaku usaha halal dalam negeri, pameran serta pemberian sertifikasi halal secara resmi kepada produk lokal, serta pembangunan infrastruktur yang mendukung kebutuhan wisatawan Muslim. Jepang juga mengimplementasikan kebijakan keringanan visa untuk memudahkan kunjungan wisatawan Muslim, mempromosikan produk dan layanan ramah Muslim, serta mengadakan pameran dan kegiatan di kedutaan besar baik di Indonesia maupun Malaysia. Langkah-langkah ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan Muslim Indonesia dan Malaysia ke Jepang, tetapi juga untuk membangun citra Jepang sebagai destinasi wisata yang inklusif dan ramah terhadap umat Muslim.

Pandemi COVID-19 telah berdampak terhadap pariwisata Jepang, termasuk sektor pariwisata halal. Banyak restoran halal dan hotel ramah Muslim yang harus berhenti beroperasi akibat pandemi ini. Namun, dengan berangsur-angsur pulihnya industri pariwisata global, Jepang melihat peluang besar dalam memanfaatkan potensi pariwisata halal yang tinggi. Pertumbuhan jumlah wisatawan Muslim dari negara mayoritas Muslim seperti Indonesia dan Malaysia menunjukkan bahwa pasar ini memiliki prospek yang cerah. Dengan mengintegrasikan segmen pasar yang berkembang ini ke dalam strategi pariwisata yang lebih luas, Jepang berharap dapat menarik lebih banyak wisatawan Muslim mancanegara.

## 5.2 Saran

Adanya mekanisme pengawasan berkelanjutan terhadap implementasi dan operasional Pariwisata Halal sangat dibutuhkan di Jepang. Hal ini penting untuk memahami pengalaman Wisatawan Muslim, mengidentifikasi ruang untuk peningkatan, dan memastikan bahwa layanan yang disediakan memenuhi ekspektasi dari segmen pasar yang terus berkembang ini. Walaupun terdapat potensi yang tinggi, penting bagi pelaku bisnis pariwisata halal di Jepang untuk mempromosikan produknya kepada wisatawan domestik dan masyarakat lokal sehingga keberlanjutan bisnisnya tidak harus selalu bergantung pada wisatawan Muslim yang berasal dari luar Jepang.

Pengembangan strategi pariwisata yang mencakup perencanaan untuk mengatasi potensi gangguan di masa depan sangat penting. Hal ini dapat membantu memitigasi dampak kejadian tidak terduga pada sektor pariwisata, sehingga peristiwa seperti terhentinya pariwisata halal selama Pandemi COVID-19 tidak terulang kembali. Upaya ini melibatkan diversifikasi produk pariwisata halal dan memperkuat pariwisata domestik sebagai penyangga, untuk memastikan ketahanan sektor pariwisata secara keseluruhan. Upaya ini tidak hanya menjaga eksistensi dari pariwisata halal Jepang pada masa yang akan datang serta meningkatkan jumlah pengunjung, tetapi juga memperkuat hubungan antarnegara melalui pariwisata yang inklusif dan ramah Muslim maupun wisatawan Domestik.

Penelitian ini telah menganalisis upaya pembangunan pariwisata halal di Jepang dengan fokus pada pasar Indonesia dan Malaysia hingga tahun 2022. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Jepang telah melakukan berbagai upaya untuk menarik wisatawan Muslim. Namun, penelitian ini memiliki batasan dalam mengidentifikasi perkembangan terbaru, terutama kebijakan dan strategi pasca tahun 2022. Penelitian lebih lanjut disarankan untuk mengeksplorasi kebijakan pariwisata halal Jepang yang lebih terkini, terutama untuk mengeksplorasi upaya pembangunan pariwisata halal Jepang pasca tahun 2022, serta melakukan studi komparatif dengan negara-negara lain yang juga mengembangkan pariwisata halal.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adam, M. F. R., Iqbal, M., & Trihartono, A. (2017). Gastrodiplomacy Jepang di Indonesia Melalui Program Japan Halal Food Project (JHFP) Tahun 2013-2015 (. *Electronical Journal of Social and Political Sciences (E-SOSPOL)*, 4(1), 12–19.
- Alhabshi, S. (2016). *Could Japan Excel In The Halal Food Industry?* 05(10).
- Al-Qaradawi, Y., El-Helbawy, K., Shukry, S., Siddiqui, M., & ... (2013). *The lawful and the prohibited in Islam: Shoruuk International*. American Trust Publications.
- Astro Awani. (2021, December 4). *Japanese food companies seek halal certification from Malaysia's JAKIM* | Astro Awani. <https://www.astroawani.com/berita-malaysia/japanese-food-companies-seek-halal-certification-malaysias-jakim-292962> (Accessed 11 July, 2024)
- Azam, M. S. E., & Abdullah, M. A. (2020). GLOBAL HALAL INDUSTRY: REALITIES AND OPPORTUNITIES. *International Journal of Islamic Business Ethics*, 5(1), 47. <https://doi.org/10.30659/ijibe.5.1.47-59>
- Bassiouni, M. C. (2014). *The Shari'a and Islamic criminal justice in time of war and peace*. Cambridge University Press.
- Battour, M., & Ismail, M. N. (2014). The Role of Destination Attributes in Islamic Tourism. *SHS Web of Conferences*, 12, 01077. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20141201077>
- Battour, M., & Ismail, M. N. (2016). Halal tourism: Concepts, practises, challenges and future. *Tourism Management Perspectives*, 19, 150–154. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.008>

- Battour, M. M., Battor, M. M., & Ismail, M. (2012). The Mediating Role of Tourist Satisfaction: A Study of Muslim Tourists in Malaysia. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 29(3), 279–297. <https://doi.org/10.1080/10548408.2012.666174>
- Bryman, A. (2012). *Social research methods* (4th ed). Oxford University Press.
- Carboni, M., Perelli, C., & Sistu, G. (2014). Is Islamic tourism a viable option for Tunisian tourism? Insights from Djerba. *Tourism Management Perspectives*, 11, 1–9. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2014.02.002>
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed). SAGE Publications.
- Deniar, S. M., & Effendi, T. D. (2019a). Halal Food Diplomacy in Japan and South Korea. *Journal of Social and Political Sciences*, 2(3). <https://doi.org/10.31014/aior.1991.02.03.121>
- Deniar, S. M., & Effendi, T. D. (2019b). Halal Food Diplomacy in Japan and South Korea. *Journal of Social and Political Sciences*, 2(3). <https://doi.org/10.31014/aior.1991.02.03.121>
- Donthu, N., Kumar, S., Pattnaik, D., & Lim, W. M. (2021). A bibliometric retrospection of marketing from the lens of psychology: Insights from *Psychology & Marketing*. *Psychology & Marketing*, 38(5), 834–865. <https://doi.org/10.1002/mar.21472>
- Edmond, C. (2023, September 28). *More than 1 in 10 people in #Japan are aged 80 or over. Here's how its ageing population is reshaping the country*. World Economic Forum. <https://www.weforum.org/agenda/2023/09/elderly-oldest-population-world-japan/> / (Accessed 3 May, 2024)
- Elasrag, H. (2016). *Halal industry: Key challenges and opportunities*. books.google.com. <https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=8iykDwAAQBAJ&oi=fnd&>

pg=PT4\&dq=elasrag\&ots=VkHd\_hw-SU\&sig=6-  
4tZ25umfiZSgM9FzWPoYfUQH8

- El-Gohary, H. (2016). Halal tourism, is it really Halal? *Tourism Management Perspectives*, 19, 124–130. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.013>
- Embassy of Japan in Malaysia. (2020, October 12). *Ambassador Oka attended the World Halal conference 2020 | Embassy of Japan in Malaysia*. [https://www.my.emb-japan.go.jp/itpr\\_en/newinfo\\_12102020C.html](https://www.my.emb-japan.go.jp/itpr_en/newinfo_12102020C.html) (Accessed 11 July, 2024)
- Embassy of Japan in Malaysia. (2021, August 21). *Ambassador Oka received a visit by Y.B. Datuk Dr Zulkifli Mohamad Al-Bakri, Minister in Prime Minister's Department (Religious Affairs) | Embassy of Japan in Malaysia*. [https://www.my.emb-japan.go.jp/itpr\\_en/newinfo\\_21082020.html](https://www.my.emb-japan.go.jp/itpr_en/newinfo_21082020.html) (Accessed 11 July, 2024)
- Embassy of Japan in Malaysia. (2022, September 14). *Ambassador Takahashi attended 18th Malaysia International Halal Showcase (MIHAS 2022) | Embassy of Japan in Malaysia*. [https://www.my.emb-japan.go.jp/itpr\\_en/newinfo\\_14092022A.html](https://www.my.emb-japan.go.jp/itpr_en/newinfo_14092022A.html) (Accessed 11 July, 2024)
- Faruki, K. (1966). Al-Aḥkām Al-Ḳhamsah: The five values. *Islamic Studies*. <https://www.jstor.org/stable/20832827>
- Gabdrakhmanov, N. K., Biktimirov, N. M., Rozhko, M. V., & Khafizova, L. V. (2016). *PROBLEMS OF DEVELOPMENT OF HALAL TOURISM IN RUSSIA*. 20. *Glossary of tourism terms | UNWTO*. (2008). <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms> (Accessed 28 September, 2023)
- Higuchi, N. (2007). Ekkyō suru shokubunka-Tainichi Musurimu no Bijinesu to Harāru shokuhin sangyō. N. Higuchi, N. Inaba, K. Tanno, T. Fukuda, & H. Okai, *Kokkan o Koeru-Tainichi Musurimu Imin No Shakaigaku*, 116–141.

- IOC. (2020, July 23). *Tokyo 2020 Summer Olympics—Athletes, Medals & Results*. Olympics.Com. <https://olympics.com/en/olympic-games/tokyo-2020> (Accessed 11 June, 2024)
- Januar Rizki, M., & Aminah, S. (2023). The Rise Of Japan's Halal Industry And Tourism Post-Covid-19. *Journal Research of Social Science, Economics, and Management*, 2(12). <https://doi.org/10.59141/jrssem.v2i12.494>
- Japan Halal Food Project Promosikan Produk Pangan Halal Jepang di Indonesia*. (2013, December 5). Detikcom. <https://food.detik.com/info-halal/d-2433453/japan-halal-food-project-promosikan-produk-pangan-halal-jepang-di-indonesia> (Accessed 27 May, 2024)
- Japan National Tourism Organization. (2023). *Wisatawan Muslim | Perjalanan di Jepang / JNTO*. Travel Japan. <https://www.japan.travel/id/plan/muslim-travelers/> / (Accessed 14 June, 2023)
- Japan Today. (2014, January 19). *Gov't eyes 20 mil foreign tourists a year by 2020*. Japan Today. <https://japantoday.com/category/national/govt-eyes-20-mil-foreign-tourists-a-year-by-2020> (Accessed 25 April, 2024)
- JNTO. (2022). *A Tokyo Day Trip for Muslims: From Halal Ramen to Matcha*. Japan National Tourism Organization (JNTO). <https://www.japan.travel/en/my/the-latest-itinerary/tokyo-muslim-daytrip/> (Accessed 11 July, 2024)
- JNTO. (2024). *List of Travel Agencies in Malaysia*. Japan National Tourism Organization (JNTO). <https://www.japan.travel/en/my/travel-trade/my-travel-agencies-list/> (Accessed 11 July, 2024)
- Johnson, T. M., & J. Grim, B. (2023). *World Religion Database*. Brill.
- Kawabata, T. (2015). Harāru bijinesu" no būmuka to kadai: Masumedia no ronchō kara yomitoku. *Chūtō Kenkyū*, 523, 62–74.

- Kodir, A., Karim, A., & Paksi, C. D. K. (2019). Current Issues of Halal Tourism. Case Study in Japan. *Proceedings of the 1st International Conference on Social Knowledge Sciences and Education (ICSKSE 2018)*. Proceedings of the 1st International Conference on Social Knowledge Sciences and Education (ICSKSE 2018), Batu, Indonesia. <https://doi.org/10.2991/icskse-18.2019.2>
- Konety, N., Aditiany, S., & Nidatya, N. (2021). Japan's Rational Choice in Developing the Halal Industry. *MIMBAR: Jurnal Sosial Dan Pembangunan*, 37(1). <https://doi.org/10.29313/mimbar.v37i1.7057>
- kumparanNEWS. (2018a, January 13). *Dubes Jepang Promosikan Wisata Halal untuk Turis Indonesia*. kumparan. <https://kumparan.com/kumparannews/dubes-jepang-promosikan-wisata-halal-untuk-turis-indonesia> (Accessed 20 June, 2024)
- kumparanNEWS. (2018b, September 3). *Wisatawan Indonesia Tumbuh Pesat, Jepang Gelar Japan Travel Fair 2018*. kumparan. <https://kumparan.com/kumparantravel/wisatawan-indonesia-tumbuh-pesat-jepang-gelar-japan-travel-fair-2018> (Accessed 20 June, 2024)
- Latif, H. (2017). *Outpacing The Mainstream: State of the Global Islamic Economy Report 2017/18*.
- Leonard, M., Stead, C., & Smewing, C. (with Foreign Policy Centre). (2002). *Public diplomacy*. Foreign Policy Centre.
- Lipka, M., & Hackett, Conrad. (2015). *Why Muslims are the world's fastest-growing religious group* | Pew Research Center. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/short-reads/2017/04/06/why-muslims-are-the-worlds-fastest-growing-religious-group/> (Accessed 22 October, 2023)

- Loew, C. (2014, September 5). *Halal is hot as Japan targets Islamic markets* / *SeafoodSource*. SeafoodSource. <https://www.seafoodsource.com/news/supply-trade/halal-is-hot-as-japan-targets-islamic-markets>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (Third edition). SAGE Publications, Inc.
- Miskam, S., Othman, N., Hamid, N. A., Ager, S. S., & ... (2015). *An Analysis Of The Definition Of Halal: Shari'ah Vs Statutes*. RMC.
- MLIT. (n.d.). *We have created a "Muslim Hospitality Guidebook" for restaurants, hotels, etc.! ~We will promote the development of an environment where Muslim travelers can stay comfortably and with peace of mind~*. Retrieved June 15, 2023, from [https://www-mlit-go-jp.translate.goog/kankocho/news03\\_000137.html?\\_x\\_tr\\_sl=ja&\\_x\\_tr\\_tl=id&\\_x\\_tr\\_hl=en&\\_x\\_tr\\_pto=wapp](https://www-mlit-go-jp.translate.goog/kankocho/news03_000137.html?_x_tr_sl=ja&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=en&_x_tr_pto=wapp) (Accessed June 15, 2023)
- MLIT. (2015). *We have selected the implementation areas for promotion projects such as improving the environment for accepting foreign Muslim tourists visiting Japan!* / 2015 / Press Releases / Press Conferences / Japan Tourism Agency. [https://www-mlit-go-jp.translate.goog/kankocho/news03\\_000144.html?\\_x\\_tr\\_sl=ja&\\_x\\_tr\\_tl=id&\\_x\\_tr\\_hl=en&\\_x\\_tr\\_pto=wapp](https://www-mlit-go-jp.translate.goog/kankocho/news03_000144.html?_x_tr_sl=ja&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=en&_x_tr_pto=wapp) (Accessed June 15, 2023)
- MLIT. (2018). *Action Plan for Dealing with Muslim Tourists Visiting Japan*.
- Mohsin, A., Ramli, N., & Alkhulayfi, B. A. (2016). Halal tourism: Emerging opportunities. *Tourism Management Perspectives*, 19, 137–143. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.010>
- Nagasaki, R. (2020, September 7). *International Tourist Destination Takayama: The effects of COVID-19 and the path to tourism recovery*. Centrip Japan. <https://centrip-japan.com/article/1365.html> (Accessed 21 May, 2024)



- Nakano, S., Okunishi, Y., & Tanaka, T. (2015). *Social Life Difficulties of Muslim Students in Japan*. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:152166644>
- Nouh, S. A. (n.d.). *Muslims in Japan with the comparison of those in Europe*.
- Numajiri, M. (2015). A Religious Sociological Study of Halal Boom in Japan: Intercultural Understanding Brought by the Religious Taboo. *Otemon Gakuin University*.
- Nurdiansyah, A. (2018). Halal Certification and Its Impact on Tourism in Southeast Asia: A Case Study Halal Tourism in Thailand. *KnE Social Sciences*, 3(5), 26. <https://doi.org/10.18502/kss.v3i5.2323>
- O'Neill, A. (2023). *World—Total population 2012-2022 | Statista*. <https://www.statista.com/statistics/805044/total-population-worldwide/> (Accessed 22 October, 2023)
- Pacific, A. (2010). Global Halal Industry: An Overview. *Global Islamic Finance Report 2013*, Query date: 2023-06-16 08:06:29.
- Pfündel, K., Stichs, A., & Tanis, K. (n.d.). *Executive Summary of the study "Muslim Life in Germany 2020"*.
- Potensi Hubungan Jepang dan Masyarakat Islam di Indonesia*. (2021, August 26). Kedutaan Besar Jepang Di Indonesia. [https://www.id.emb-japan.go.jp/about\\_id\\_amb\\_muhammadiyah-nu.html](https://www.id.emb-japan.go.jp/about_id_amb_muhammadiyah-nu.html) (Accessed 14 May, 2024)
- Putra Pratama, D. (2022). The Future of the Halal Tourism Market in Japan After COVID-19: An Economic Pragmatism Perspective. *KnE Social Sciences*. <https://doi.org/10.18502/kss.v7i4.10512>
- Razzaq, S., Hall, C. M., & Prayag, G. (2016). The capacity of New Zealand to accommodate the halal tourism market—Or not. *Tourism Management Perspectives*, 18, 92–97. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2016.01.008>
- Sakurai, K. (2003). *Nihon no musurimu shakai*. Chikuma Shobō; WorldCat.

- Samori, Z., Md Salleh, N. Z., & Khalid, M. M. (2016). Current trends on Halal tourism: Cases on selected Asian countries. *Tourism Management Perspectives*, 19, 131–136. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.011>
- Sugibayashi, T., & Sa-u, S. (2017). Living in Japan as a Muslim: Current Situations and Problems. *Journal of Islamic Studies, Prince of Songkla University*, 8(2), 93–102.
- S.Yokoyama. (2013, December 30). Muslim Friendly in Airports | Halal Media Japan. *Halal Media Japan | Latest Halal News, Travel Guides & Maps of Japan*. <https://www.halalmedia.jp/archives/133/muslim-friendly-airports/> (Accessed 5 June, 2024)
- Tanada, H. (2021). Estimate of Muslim Population in Japan, 1990-2020. *Muslims in Japan No. 20*.
- Teikyo University, & Yasuda, S. (2017). Managing Halal Knowledge in Japan: Developing Knowledge Platforms for Halal Tourism in Japan. *Asian Journal of Tourism Research*, 2(2). <https://doi.org/10.12982/AJTR.2017.0010>
- Thamrin, M., & Virgianita, A. (2019). Strategic Role of Japanese Government in Promoting Halal Market in Japan. *Proceedings of the Proceedings of the 2nd International Conference on Strategic and Global Studies, ICSGS 0218, October 24-26, 2018, Central Jakarta, Indonesia*. Proceedings of the 2nd International Conference on Strategic and Global Studies, ICSGS 0218, October 24-26, 2018, Central Jakarta, Indonesia, Jakarta, Indonesia. <https://doi.org/10.4108/eai.24-10-2018.2289667>
- Wang, J. (2006). Public diplomacy and global business. *Journal of Business Strategy*, 27(3), 41–49. <https://doi.org/10.1108/02756660610663826>
- Wardhani, B., Aulia, N. Z., & Dugis, V. (2023). The Roles of Southeast Asian Muslim Tourists in Promoting Japan Halal Business. In P. A. Dewanto, K. R. Sabilla, & T. S. Nurkholiq (Eds.), *Proceedings of the Southeast Asian Conference on*

*Migration and Development (SeaCMD 2023)* (Vol. 16, pp. 4–22). Atlantis Press International BV. [https://doi.org/10.2991/978-94-6463-362-7\\_2](https://doi.org/10.2991/978-94-6463-362-7_2)

Wibyaninggar, S. A. (2018). Halal tourism as Japan's economic and diplomatic strategy. In *Competition and Cooperation in Social and Political Sciences Proceedings of the Asia-Pacific Research in Social Sciences and Humanities, Depok, Indonesia, November 7-9, 2016 Topics in Social and Political Sciences* (pp. 149–155). Taylor & Francis.

World Tourism Organization (UNWTO) (Ed.). (2013). *Key Outbound Tourism Markets in South-East Asia – Indonesia, Malaysia, Singapore, Thailand and Vietnam*. World Tourism Organization (UNWTO). <https://doi.org/10.18111/9789284415076>

Yasuhiro, F. (2018). Q&A ハラールを知る 101 問: ムスリムおもてなしガイド) Q&A Halal wo Shiru 101 Mon: Musurimu Omotenashi Gaido. (*No Title*).

Zamani-Farahani, H., & Henderson, J. (2009). Islamic tourism and managing tourism development in Islamic societies: The cases of Iran and Saudi Arabia. *International Journal of Tourism Research*, 12, 79–89.