

**STRATEGI PEMERINTAH JEPANG DALAM MENGOPTIMALKAN KEBIJAKAN
MUSLIM-FRIENDLY TOURISM SEBAGAI BENTUK *NATION BRANDING* UNTUK
MENARIK WISATAWAN MUSLIM DI ASIA TENGGARA TAHUN 2014-2019**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Program Studi Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur**



Oleh :

MUHAMMAD RIDWAN

NPM. 1444010035

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI HUBUNGAN INTERNASIONAL

2021

LEMBAR PERSETUJUAN
STRATEGI PEMERINTAH JEPANG DALAM MENGOPTIMALKAN
KEBIJAKAN MUSLIM-FRIENDLY TOURISM SEBAGAI BENTUK NATION
BRANDING UNTUK MENARIK WISATAWAN MUSLIM DI ASIA TENGGARA
TAHUN 2014-2019

Disusun Oleh:

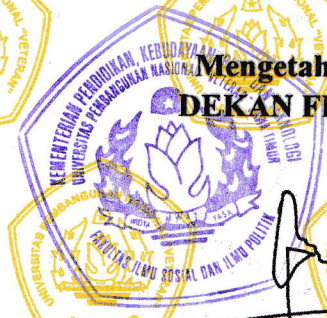
MUHAMMAD RIDWAN
NPM. 1444010035

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,
Pembimbing Utama

Resa Rasyidah, M. Hub.Int
NPT. 386101303621

Mengetahui,
DEKAN FISIP



Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS, CHRA
NIP. 196412251993092001

LEMBAR PENGESAHAN

**STRATEGI PEMERINTAH JEPANG DALAM MENGOPTIMALKAN
KEBIJAKAN MUSLIM-FRIENDLY TOURISM SEBAGAI BENTUK NATION
BRANDING UNTUK MENARIK WISATAWAN MUSLIM DI ASIA TENGGARA
TAHUN 2014-2019**

Disusun Oleh:
MUHAMMAD RIDWAN
NPM. 1444010035

**Telah dipertahankan di hadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Jurusan Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada tanggal 4 Juni 2021**

Pembimbing Utama
Tim Penguji:
1. Ketua



Resa Rasyidah, M. Hub.Int
NPT. 386101303621


Praja Firdaus N. M. Hub.Int
NPT. 399071303601

2. Sekretaris


Renitha Dwi H, M. Hub.Int
NPT. 17219890801034

3. Anggota


Resa Rasyidah, M. Hub.Int
NPT. 386101303621


Mengetahui,
DEKAN FISIP


Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS, CHRA
NIP. 196412251993092001

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Bagian atau keseluruhan isi skripsi ini tidak pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademis pada bidang studi dan/ atau universitas lain dan tidak pernah dipublikasikan/ ditulis oleh individu selain penyusun kecuali bila dituliskan dengan format kutipan dalam isi skripsi.

Apabila ditemukan bukti bahwa pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan yang berlaku di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Surabaya, 6 Juni 2021



MUHAMMAD RIDWAN
NPM. 1444010024

ABSTRAK

Penelitian ini membahas mengenai kebijakan Jepang terkait pengembangan industri *muslim-friendly tourism*. Beberapa tahun belakangan, industri pariwisata ramah muslim menjadi lahan ekonomi yang sangat besar. Hal tersebut menjadi pembahasan menarik dalam penelitian ini, sebab Jepang merupakan negara dengan populasi Muslim minor. Populasi muslim di Jepang berjumlah sekitar 200.000 dari 127 juta jiwa, yang merepresentasikan kurang dari 1% populasi total negara. Dengan menggunakan konsep *nation branding*, dan *muslim-friendly tourism* penelitian ini berfokus pada upaya Jepang menarik lebih banyak wisatawan muslim, khususnya Asia Tenggara. Penelitian ini juga berfokus pada upaya-upaya Jepang menciptakan dan mengoptimalkan potensi pasar tersebut. Melalui data-data dan statistik teoritik, penelitian ini menghasilkan temuan bahwa terdapat beberapa upaya Jepang mengoptimalkan *muslim-friendly tourism*-nya. Pertama memberikan kemudahan visa. Kedua menerapkan konsep *omotenashi* guna mempermudah pemahaman masyarakat Jepang terhadap muslim. Ketiga, memperkenalkan Jepang melalui berbagai media muslim. Selain itu, melalui penelitian eksplanatif, pada akhirnya tujuan dari penelitian ini adalah membuktikan bahwa upaya Jepang berhasil.

Kata Kunci: *Muslim-Friendly Tourism*, Jepang, Asia Tenggara, Pariwisata Ramah Muslim

ABSTRACT

This study discusses Japanese policies related to the development of a Muslim-friendly tourism industry. In recent years, the Muslim-friendly tourism industry has become a very large economic field. This is an interesting discussion in this study, because Japan is a country with a minor Muslim population. The Muslim population in Japan is about 200,000 out of 127 million people, which represents less than 1% of the country's total population. By using the concept of nation branding, and Muslim-friendly tourism, this study focuses on Japan's efforts to attract more Muslim tourists, especially Southeast Asia. This research also focuses on efforts to create Japan and optimize its market potential. Through theoretical data and statistics, this research finds that there are several Japanese efforts to optimize its Muslim-friendly tourism. The first is to provide visa facilities. The second is to apply omotenashi to make it easier for Japanese people to understand Muslims. Third, introduce Japan through various Muslim media. In addition, through explanatory research, in the end the aim of this research is to prove that Japan's efforts are successful.

Keywords: Muslim-Friendly Tourism, Japan, Southeast Asia, Muslim-Friendly Tourism

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“STRATEGI PEMERINTAH JEPANG DALAM MENGOPTIMALKAN KEBIJAKAN MUSLIM-FRIENDLY TOURISM SEBAGAI BENTUK NATION BRANDING UNTUK MENARIK WISATAWAN MUSLIM DI ASIA TENGGARA TAHUN 2014-2019”**

Penulis menyadari bahwa di dalam penyusunan skripsi ini banyak terdapat kekurangan-kekurangan. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari adanya arahan dan bimbingan dari Ibu Resa Rasyidah, M.Hub.Int yang dengan segala perhatian dan kesabarannya rela meluangkan waktu untuk penulis. Terima kasih tak terhingga penulis sampaikan.

Pada kesempatan ini penulis juga menyampaikan banyak terima kasih yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, di antaranya:

1. Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT, Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Dr.Drs.Ec. Gendut Sukarno. MS.CHRA selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
3. Dra. Herlina Suksmawati, M.Si selaku Koordinator Program Studi Hubungan Internasional; Seluruh Dosen dan Karyawan Program Studi Hubungan Internasional FISIP UPN “Veteran” Timur;
4. Terima kasih juga untuk Mas Praja, Mas Dono, Bu Indi, Bu Mega, Mas Bimo, Mbak Rere, dan seluruh dosen dan staf Program Studi Hubungan Internasional UPN Veteran Jawa Timur yang telah memberikan penulis pengetahuan yang luas hingga saat ini;
5. Papa tercinta (Alm.) H. Muhammad Yunus Sangka & Mama Tercinta Hj. Kursia Mantu; Saudara tercinta kak Ratna, Rahmi, Rasmi, Rusmin, Cariyanto, Heru yang menjadi motivasi penulis. Terima Kasih sebesar-besarnya atas kasih sayang, dukungan, nasihat dan doanya.
6. Terima Kasih untuk keponakanku Arzakhil, Ibrahimovic, Naira, Faizah, Azzam, Firzanah dan Xavia yang selalu menghibur saat masa-masa Jenuh.
7. Teman-teman HI 2014 serta kakak dan adik-adik angkatan yang memberikan bumbu-bumbu semasa kuliah sehingga menjadi lebih asyik dan lebih berwarna.
8. Thanks juga buat Koko, Stefanus, Marsel, Juwita, Eka, Ulli, Fey, Putri dll yang tidak dapat disebutkan satu-persatu. *See you on top!*
9. Tessa Olivia, Delima Armira, Bimo Choza dan Evilita Adriani sebagai Teman-teman pengejar *dead line*, semangat! God with Us!
10. Teman-teman HIMATERNAL 2015 dan 2016 yang banyak memberikan ilmu di luar jam perkuliahan.

11. Teman-teman di ONIGIRI, Terima Kasih dukungannya! Finally, Komunitas Jepang yang kita rintis sudah diakui secara legal sebagai UKM Resmi di UPN Veteran Jatim.
12. Teman-teman *Instagramers* Venda dan Dekrit, yang juga sebagai rekan dalam, Artlantic Creative Studios.
13. JKT48, AKB48 Group dan Nogizaka46 Group (Sakamichi Series) sebagai tokoh inspirasi yang dengan lagunya selalu memberikan motivasi dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan tulisan ini. Terima kasih juga buat Gaby sebagai *the last standing member* di JKT48 dari Generasi 1, yang hingga saat ini terus menginspirasi penulis. Jangan cepat Graduate ya!
14. Halal Media Japan, terutama Kak Nazaya Zulaikha yang telah membantu penulis dalam mencari data yang belum penulis tahu melalui Wawancara via Instagram *direct messege*.

Akhir kata, penulis menyadari skripsi ini tidak luput dari berbagai kekurangan. Penulis mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan dan perbaikannya sehingga akhirnya skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi bidang pendidikan dan penerapan di lapangan serta bisa dikembangkan lagi lebih lanjut.

Surabaya, 6 Juni 2021

Penulis

Muhammad Ridwan

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.5 Kerangka Pemikiran	11
1.5.1 Level of Analysis	11
1.5.2 Landasan Teori.....	13
1.6 Sintesa Pemikiran	19
1.7 Argumen Utama	20
1.8 Metode Penelitian.....	21
1.8.1 Tipe Penelitian.....	21
1.8.2 Jangkauan Penelitian	22
1.8.3 Teknik Pengumpulan Data	22
1.8.4 Teknik Analisis Data	23
1.8.5 Sistematika Penulisan.....	24
BAB II	26
PERKEMBANGAN INDUSTRI MUSLIM FRIENDLY TOURISM GLOBAL DAN DI JEPANG	26
2.1 Tren Industri Muslim-Friendly Tourism Global.....	27
2.2 Tren Muslim-Friendly Tourism di Jepang	32
2.2.1 Perkembangan Muslim di Jepang	32
2.2.2 Tren Pariwisata Halal / Muslim-Friendly Tourism di Jepang.....	33

2.3 Kebijakan Pariwisata Jepang.....	38
2.3.1 Kebijakan Muslim-Friendly Tourism	43
2.3.2 Omotenashi sebagai Pendekatan Pemerintah Terhadap Muslim	45
BAB III.....	57
ANALISIS OPTIMALISASI KEBIJAKAN MUSLIM-FRIENDLY TOURSISM DI JEPANG	57
3.1 Analisis Omotenashi Sebagai Pendekatan Muslim-Friendly di Masyarakat Jepang	57
3.1.1 Seminar Halal.....	58
3.1.2 Halal Food & Halal Training	60
3.2 Strategi Nation Branding – Tourism	62
3.2.1 Visa Exemption	62
3.2.2 Pengoptimalan Fasilitas Muslim-friendly Tourism.....	65
3.3 Analisis Peran Media Jepang dalam Branding Muslim-Friendly Tourism	73
3.3.1 Japan National Tourism Organization.....	73
3.3.2 FOOD DIVERSITY Inc.....	76
3.4 Dampak Terhadap Jumlah Kunjungan Wisatawan Asia Tenggara.....	79
BAB IV	84
PENUTUP.....	84
4.1 Kesimpulan.....	84
4.2 Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Statistik Kunjungan Wisatawan Asia Tenggara ke Jepang Tahun 2009 - 2013	5
Gambar 1.2 Sintesa Pemikiran	19
Gambar 2.1 Global Halal Travel Market Size	30
Gambar 2.2 Destinasi Favorit Muslim untuk Negara Non-OIC 2015	31
Gambar 2.3Tren Kunjungan Wisatawan Asing ke Jepang	35
Gambar 2.4 Penambahan Target Inbound dan Pengeluaran Wisatawan Jepang Tahun 2020 & 2030.....	41
Gambar 2.5 Kunjungan Wisatawan Asia Tenggara 2014.....	42
Gambar 2.6 Badan Sertifikasi Halal di Jepang.....	54
Gambar 2.7 Logo Halal Japan Corporation	55
Gambar 3.1 Opsi kategori makanan di Aplikasi Halal Gourmet Japan	67
Gambar 3.2 JNTO Official Muslim Website.....	75
Gambar 3.3 GMTI Rank Untuk Negara Non-OIC 2019	83

DAFTAR TABEL

Tabel 3-1 Daftar Negara Asia Tenggara yang Mendapatkan Visa Exemptions	64
Tabel 3-2 Jumlah Resto dan Toko Halal di Jepang Tahun 2021	67
Tabel 3-3 Jumlah Masjid & dan Prayer Space	70
Tabel 3-4 Transportasi Ramah Muslim	72
Tabel 3-5 Pertumbuhan Wisatawan Asia Tenggara ke Jepang	80