

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

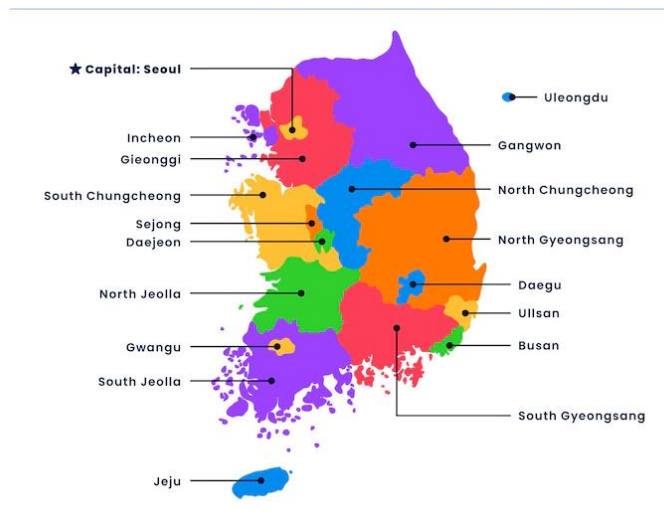
Saat ini, seluruh negara di dunia masih terus berlomba-lomba untuk meningkatkan kualitas negaranya meliputi berbagai peningkatan di bidang teknologi, ekonomi, kebudayaan, maupun pariwisata. Di dunia modern ini, industri pariwisata menjadi salah aspek penting bagi negara dalam menghadapi persaingan global. Kemudahan akses informasi saat ini menjadikan industri pariwisata internasional berkembang menjadi semakin kompetitif dengan dasar dalam memahami kebutuhan dan minat masyarakat. Dalam hal ini, Korea Selatan merupakan salah satu negara yang menunjukkan perkembangan pesat dalam meningkatkan kualitas di industri pariwisatanya dalam waktu beberapa tahun terakhir.

Global Muslim Travel Index (GMTI) yang diregulasikan sebagai indeks yang mengukur dan mengamati pertumbuhan dan perkembangan industri pariwisata yang disepakati dalam konteks global. GMTI kini digunakan untuk menganalisis pola perilaku wisatawan muslim di kancah internasional (CrescentRating, *Global Muslim Travel Index 2015*, 2015). Pasar pariwisata yang disepakati ini dianalisa oleh CrescentRating sejak tahun 2011. Pada tahun 2011 CrescentRating menerbitkan penelitian pertama tentang pasar pariwisata halal dengan merilis Top 10 destinasi liburan ramah muslim. Setahun kemudian laporan ini disempurnakan dengan memasukkan data baru untuk membedakan antara destinasi dengan populasi muslim yang besar (negara anggota OKI) dan negara dengan muslim sebagai minoritas (negara non OKI). Indeks ini kemudian terus berkembang lebih lanjut hingga mencakup 138 destinasi di seluruh dunia termasuk negara anggota OKI maupun non OKI pada tahun 2022.

Destinasi pariwisata dan pasar pariwisata yang dievaluasi secara tahunan ini dinilai menurut GMTI terdiri dari serangkaian faktor yang mengukur dan menunjukkan keramahan perjalanan dan sifat pariwisata yang

sesuai dengan konsep pariwisata yang disetujui atau yang dikenal dengan *Muslim Tourism*. GMTI terdiri dari faktor-faktor seperti Akses, Komunikasi, Lingkungan, dan Layanan. Faktor Akses dibagi lagi menjadi faktor-faktor seperti Persyaratan Visa, Konektivitas Udara, dan Infrastruktur Transportasi. Faktor Komunikasi dibagi lagi menjadi sub-faktor seperti Jangkauan, Kemudahan Komunikasi, dan Kehadiran Digital. Keamanan dan Budaya, Kedatangan Pengunjung, dan Iklim Pendukung adalah sub-faktor Lingkungan. Praktek ibadah dan makanan yang diizinkan (*Core Needs*), Bandara dan Hotel (*Core Services*), dan Pengalaman Unik dikategorikan sebagai layanan sub-faktor (CrescentRating, Global Muslim Travel Index 2018, 2018).

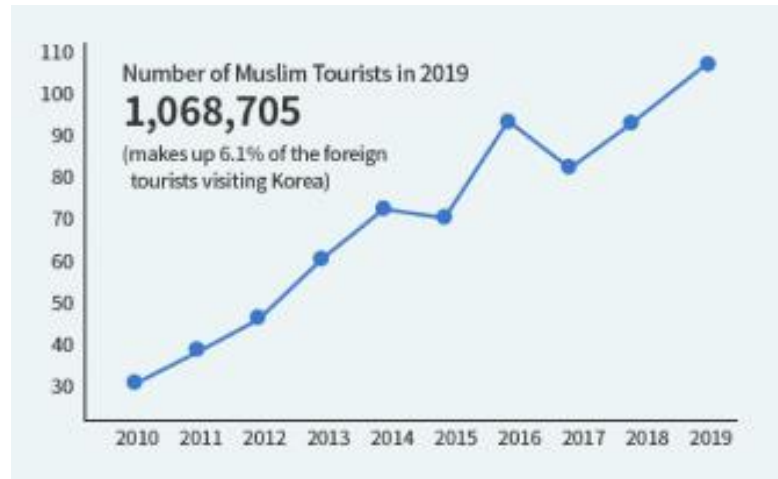
GMTI menjadi “alat” yang sangat berharga dalam memahami bagaimana *Muslim Tourism* memengaruhi industri pariwisata secara keseluruhan. Ini menjadikan setiap pemangku kepentingan di sektor pariwisata dan perhotelan, termasuk wisatawan, dewan pariwisata, ekonom, penyedia layanan perjalanan, pemangku kepentingan, investor, dan spesialis industri dengan tolok ukur komprehensif di sejumlah kriteria penting untuk melacak pertumbuhan segmen pariwisata muslim ini. GMTI setiap tahunnya mempelajari seperangkat metrik yang disempurnakan dan data yang lebih dalam yang mana akan membantu destinasi wisata dan mereka yang bertanggung jawab atas pariwisata untuk membandingkan dengan lebih baik layanan yang mereka tawarkan dan menggunakan analisis terperinci dalam laporan untuk meningkatkan proses dan cara mereka menarik wisatawan Muslim. Selain itu, wisatawan muslim juga dapat memperoleh informasi untuk membuat pilihan cerdas saat merencanakan perjalanan dengan adanya data analisis pariwisata muslim yang disajikan oleh GMTI.



Gambar 1.A.1. Peta Korea Selatan

Sumber: Website Freepik

Korea Selatan dalam beberapa tahun terakhir merupakan salah satu destinasi pariwisata yang paling diminati oleh wisatawan seluruh dunia. Kesuksesan Korea Selatan dalam menjalankan diplomasi budayanya yaitu *Hallyu* atau *Korean Wave* melalui drama, film, dan musik ke seluruh dunia menjadikan Korea Selatan menjadi negara yang paling diminati untuk dikunjungi oleh wisatawan global. Hal tersebut juga diikuti dengan meningkatnya jumlah pelajar dan pekerja migran yang berminat untuk tinggal di Korea Selatan. Dikutip dari Firstantin & Hasanah (2021), menurut data yang dikeluarkan oleh Korea Tourism Organization (KTO) tahun 2019, wisatawan asing yang datang ke Korea jumlahnya mencapai 17.5 juta wisatawan. Angka tersebut menjadi angka tertinggi yang melampaui rekor sebelumnya pada tahun 2016 dimana jumlahnya mencapai 17.24 juta wisatawan asing.



Gambar 1.A.2 Grafik Peningkatan Wisatawan Muslim di Korea Selatan

Sumber: Website KTO Indonesia

Sejak tahun 2016, jumlah wisatawan muslim yang datang berkunjung ke Korea Selatan juga mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Hingga saat ini Korea Selatan terus meningkatkan kualitas pariwisata halalnya dan meningkatkan daya saing di bidang pariwisata dunia internasional. Korea Selatan merupakan negara dengan muslim sebagai minoritas yang pada dasarnya minim akan kebutuhan masyarakat muslim. Oleh karena itu, pemerintah Korea Selatan mulai dengan serius meningkatkan dan mengembangkan berbagai program pariwisata halal yang tentunya akan memberi kenyamanan serta menarik wisatawan-wisatawan muslim untuk datang ke Korea Selatan (Aulia, Ayu, Fani, dkk, 2020).

Untuk dapat memenuhi kebutuhan wisatawan muslim, setiap negara yang menjalankan pariwisata halal harus memperhatikan beberapa hal yang perlu diperhatikan untuk dapat menarik ketertarikan wisatawan muslim untuk datang ke negara tersebut, yaitu: lingkungan yang ramah terhadap wisatawan muslim, akses ke tempat tujuan wisata mudah, komunikasi saat berada di tempat wisata mudah diperoleh, dan pelayanan yang baik saat melakukan kegiatan wisata. Oleh karena itu, jaminan keamanan dan kenyamanan wisatawan muslim menjadi hal yang utama dalam penerapan konsep pariwisata halal. Korea Selatan sudah mulai melakukan mengembangkan konsep pariwisata halal

sebagai instrumen diplomasi publik sebagai upaya meningkatkan jumlah wisatawan muslim (Akim, Konety, Purnama, dkk, 2021).

Dalam rangka mewujudkan keberhasilan pelaksanaan konsep pariwisata halal di suatu negara masih sering dianggap sebagai hal yang berkaitan dengan pemerintah dan representasi resmi negara lainnya sebagai aktor pelaksana. Dalam lingkup pemahaman konvensional, konsep pariwisata halal yang tergolong sebagai praktik diplomasi publik yang dilaksanakan oleh aktor negara bertujuan untuk memperoleh kepentingan nasional. Pemahaman tersebut terus berkembang sejalan dengan perkembangan kajian hubungan internasional. Oleh karena itu, fenomena globalisasi (salah satunya konsep pariwisata halal) menghadirkan ruang bagi aktivitas aktor non negara untuk berkolaborasi dan turut berperan dalam upaya diplomasi publik melalui pendekatan relasi *people-to-people* (Amorita, 2021). Pemaparan di atas kemudian mendorong penulis untuk meneliti lebih lanjut terkait pertumbuhan GMTI Korea Selatan dalam memperkenalkan *halal tourism* dimana Korea Selatan merupakan negara non-OKI. Dalam pertumbuhannya tersebut ada pun peran berbagai aktor di Korea Selatan baik aktor negara maupun non negara. Adapun aktor-aktor di Korea Selatan yang dibahas lebih lanjut dalam penelitian ini antara lain, Korea Tourism Organization (KTO) sebagai organisasi di bawah Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata Republik Korea (Korea Selatan) sebagai aktor negara dan Korea Muslim Federation (KMF) dan Korea Halal Association (KOHAS) sebagai aktor non negara dalam perkembangan pariwisata halal di Korea Selatan.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan sebelumnya, penulis tertarik untuk membahas, mencari dan meneliti terkait dengan klasifikasi *track* lembaga-lembaga di Korea Selatan dan perannya dalam memperkenalkan pariwisata halal di negara tersebut. Maka dapat dirumuskan: “Bagaimana peran berbagai aktor dalam pelaksanaan program *muslim friendly tourism* di Korea Selatan?”

C. Kerangka Konsep

Multitrack Diplomacy

Multitrack Diplomacy merupakan kerangka konseptual yang dirancang sedemikian rupa untuk merefleksikan aktivitas yang bertujuan mewujudkan perdamaian. Konsep ini berbicara mengenai penempatan aktor-aktor non-negara yang dianggap berpengaruh terhadap proses berjalannya diplomasi yang mana masing-masing *track*-nya yang terbagi menjadi 9 *track* memiliki karakteristik dan perannya masing-masing. Louise Diamond dan John McDonald (dikutip dari Saputra, 2019) menyatakan bahwa *multitrack diplomacy* merupakan suatu konsep diplomasi yang menjelaskan mengenai proses terjadinya perdamaian dunia dalam sistem internasional dengan melalui perpaduan dari diplomasi jalur pemerintah, kelompok, maupun individu. *Multitrack diplomacy* tujuan utamanya adalah menciptakan perdamaian dunia hingga *peacebuilding* yang terintegrasi satu sama lain dengan menggunakan *soft power*. Dalam menciptakan perdamaian penggunaan *soft power* dapat dilihat dari adanya pelaksanaan *soft diplomacy* seperti menjalin hubungan kerjasama dengan negara lain di abad ke-21 dengan fokus terhadap isu *low politics* dalam salah satu aspek tertentu.

Para akademisi HI beranggapan bahwa kemunculan konsep *multitrack diplomacy* ini karena munculnya kepercayaan yang menyatakan bahwa peran *track one* yang merupakan negara atau *state actor* akan kurang efektif dalam mewujudkan perdamaian. Hal ini didorong dengan banyaknya isu di dunia internasional yang gagal diselesaikan oleh *state actor*. Oleh karena itu, mengingat keberagaman isu dalam Hubungan Internasional, maka dirasa perlu aktor lain selain negara untuk ikut serta dalam mewujudkan perdamaian. Anggapan ini lah yang menjadi landasan munculnya konsep *multitrack diplomacy* dalam ilmu hubungan internasional (Mujiono & Alexandra, 2019).



Gambar 1.C.1 Diagram Multitrack Diplomacy

Sumber: (Gloria & Harto, 2014)

Konsep *multitrack diplomacy* terbagi menjadi sembilan *track diplomacy* yang merupakan gabungan dari berbagai aktor diplomasi yaitu *Track One: Government, Track Two: Nongovernment/Professional, Track Three: Business, Track Four: Private Citizen, Track Five: Research, Training, and Education, Track Six: Activism, Track Seven: Religion, Track Eight: Funding, Track Nine: Communications and Media*. Pembagian *track* ini dapat mempermudah dalam memahami sistem kegiatan perdamaian yang sebelumnya dirasa cukup kompleks. Terkait dengan isu yang dikaji oleh penulis, pada penelitian ini strategi *multitrack* yang dilakukan ialah *diplomacy track one: Government, track four: Private Citizen*.

- a. *Track One: Government*, yang merupakan pemerintah, atau perwujudan perdamaian melalui diplomasi. Dalam hal ini pembuatan kebijakan dan pembangunan perdamaian dilakukan melalui proses diplomasi resmi melalui aspek-aspek formal dari pemerintah.
- b. *Track Two: Nongovernment/Professional*, yaitu *non-government* atau profesional yang mampu mewujudkan perdamaian melalui resolusi konflik. Ini menjadi kesempatan bagi para profesional non-pemerintah untuk menganalisa, mencegah, menyelesaikan, dan mengakomodasi konflik internasional dengan pemahaman,

komunikasi, dan membangun hubungan baik dalam menghadapi masalah secara bersama-sama, oleh aktor-aktor bukan non-negara.

- c. *Track Three: Business*, yaitu bisnis atau perwujudan perdamaian melalui perdagangan. Bisnis dapat menjalankan peran aktual dan potensial untuk membangun perdamaian melalui aspek ekonomi, saluran komunikasi informal, persahabatan dan pemahaman internasional, dan mendukung berbagai kegiatan perwujudan perdamaian. Kerjasama ekonomi antarnegara dirasa mampu menghindarkan dari konflik.
- d. *Track Four: Private Citizen*, merupakan warga negara privat yang mampu mewujudkan perdamaian melalui keterlibatan personal. Setiap individu warga negara akan berkontribusi dan turut serta dalam kegiatan pembangunan dan perdamaian. Hal ini bisa dilakukan dengan *citizen diplomacy*, program pertukaran, organisasi *voluntary privat*, adanya NGO, dan berbagai kelompok kepentingan lainnya.
- e. *Track Five: Research, Training, and Education*, yaitu penelitian atau pelatihan dan edukasi yakni perwujudan perdamaian melalui pembelajaran. Dalam hal ini terdapat tiga kajian di dalamnya diantaranya penelitian yang berhubungan dengan institusi pendidikan (sekolah, universitas), *think tanks* (berbagai penelitian, analisis, dan program studi) dan pusat penelitian kelompok yang berkepentingan khusus. *Track* ini dapat dikatakan sebagai sebuah program pelatihan yang menyediakan keahlian praktisioner seperti negosiasi, mediasi, resolusi konflik, serta fasilitas *third-party* yang terdiri dari edukasi (pendidikan formal dari Taman Kanak-anak hingga program Doktoral) yang mencakup beragam aspek global tentang studi lintas-budaya, studi tata dunia dan perdamaian, konflik analisis, serta manajemen dan resolusi.

- f. *Track Six: Activism*, yaitu aktivisme atau perwujudan perdamaian melalui advokasi yang lebih menekankan pada aktivisme perdamaian dan lingkungan dalam hal disarmament, HAM, keadilan sosial dan ekonomi, serta advokasi terhadap kepentingan khusus mengenai kebijakan tertentu yang diambil pemerintah. Aktivisme tersebut dapat diwujudkan dengan bentuk protes, pendidikan, aturan, dukungan, pengawasan, pendidikan, serta advokasi.
- g. *Track Seven: Religion*, merupakan agama yang menggambarkan perwujudan perdamaian melalui praxis kepercayaan. Di sini dipelajari bagaimana suatu kepercayaan dan kegiatan yang berorientasi perdamaian oleh komunitas-komunitas spiritual dan religius, serta beberapa gerakan berbasis moral seperti pacifisme (percaya bahwa resolusi konflik dengan jalan damai adalah yang paling benar), *sanctuary* (sebagai tempat yang dianggap suci dan mampu melindungi seseorang), dan anti-kekerasan.
- h. *Track Eight: Funding*, yaitu pendanaan atau perwujudan perdamaian melalui penyediaan aset yang berhubungan langsung dengan komunitas-komunitas *funding* baik yayasan maupun filantropis individual yang mampu menyediakan dukungan finansial untuk berbagai kegiatan yang dilaksanakan oleh jalur-jalur lain.
- i. *Track Nine: Communications and Media*, yaitu komunikasi dan media sebagai wujud perdamaian melalui informasi. Hal ini berkaitan dengan hak semua orang dalam menyuarakan opininya baik melalui media cetak, radio, film, sistem elektronik, maupun seni. Media tersebut dapat menjadi sarana edukasi, menganalisa suatu isu, serta mampu mengubah keadaan ketika opini publik telah terbentuk.

(Saputra, 2019).

D. Hipotesis

Peran publik Korea Selatan dalam meningkatkan industri wisata ramah muslim di Korea Selatan antara lain:

1. Korea Tourism Organization (KTO) berperan dalam melaksanakan kampanye *Muslim Friendly Korea* dan menyediakan informasi dengan memanfaatkan keunggulan teknologi di Korea Selatan.
2. Korea Muslim Federation (KMF) berperan aktif melakukan sertifikasi halal sejak tahun 1994 serta menyediakan sarana dan prasarana bagi wisatawan muslim.
3. Korea Halal Association (KOHAS) berperan menyediakan pelatihan melalui kegiatan *Halal Training Program* serta sertifikasi halal bagi para pelaku usaha.

E. Metode Penelitian

Untuk mengetahui bagaimana aktivisme lembaga-lembaga terkait dalam perkembangan pariwisata halal yang ada di Korea Selatan, penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif sebagai metode penelitiannya. Metode penelitian deskriptif kualitatif berfokus kepada permasalahan atas dasar fakta yang mana proses penelitiannya dilakukan dengan cara pengamatan/observasi, wawancara, dan mempelajari dokumen-dokumen. Dalam penelitian deskriptif, penulis akan mencoba untuk melihat kejadian yang menjadi pusat perhatiannya, dan kemudian diilustrasikan sebagaimana apa adanya. Teknik analisis data yang diterapkan dalam penelitian berupa analisis konten atau *content analysis* yang merupakan jenis penelitian kepustakaan. Penulis memperoleh sumber data berupa buku dan dokumen-dokumen maupun literatur dalam bentuk yang lain yang berkaitan dengan permasalahan yang diangkat dalam penelitian (Farida, 2017).

F. Jangkauan Penelitian

Dalam penelitian ini, jangkauan penelitian yang diterapkan akan berfokus pada tujuan utama penelitian untuk mengetahui *muslim friendly tourism* di Korea Selatan. Jangka waktu penelitian dimulai dari tahun 2016 hingga tahun 2022. Tahun 2016 merupakan tahun pertama pemerintah Korea Selatan memulai kampanye *Muslim Friendly Korea* dan terus berkembang hingga tahun 2022. Jangkauan penelitian ini bertujuan untuk menghindari adanya bahasan-bahasan yang tidak diperlukan yang tidak berkaitan dengan fokus penelitian.

G. Sistematika Penulisan

Hasil dari penelitian ini disajikan dalam lima bab. Pada bab I berisi mengenai latar belakang, rumusan masalah, landasan teori, hipotesa, metodologi penelitian, jangkauan penelitian, dan sistematika penulisan. Pada bab ini penulis memaparkan mengenai maksud dan tujuan dari penelitian ini.

Bab II penulis menjelaskan mengenai perkembangan Islam di Korea Selatan dan aplikasi pariwisata halal di Korea Selatan termasuk awal mula berkembangnya konsep pariwisata halal di Korea Selatan. Bab ini juga menjelaskan mengenai proses dan tujuan Korea Selatan dalam menjalankan pariwisata halal secara lebih mendalam.

Bab III penulis fokus kepada analisis mengenai hipotesis yang diambil oleh penulis. Oleh karena itu, pada bab ini menjelaskan mengenai *multitrack diplomacy* Korea Selatan melalui berbagai lembaga yaitu Korea Tourism Organization (KTO), Korea Muslim Federation (KMF), dan Korea Halal Association (KOHAS) dan dijelaskan peran berbagai lembaga tersebut dalam memperkenalkan pariwisata halal di Korea Selatan.

Bab IV merupakan bab penutup dimana berisikan kesimpulan yang diperoleh oleh penulis dari penelitian yang dilakukan.