

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Pariwisata terus tumbuh berkembang dalam di dunia saat ini. Dan perlu diketahui, kerjasama antar negara dalam bidang ini memiliki sejarah panjang, dan perannya semakin berkembang seiring dengan perkembangan dari pariwisata. Semakin maju dan berkembangnya dunia, semakin berkembang juga industri pariwisatanya. Hal ini menyebabkan banyak pelaku internasional bersaing untuk sukses di industri ini, seperti yang terjadi di negara-negara yang saling bersaing untuk menarik wisatawan asing ke negara mereka. Setiap negara memperkenalkan inovasi untuk meningkatkan pariwisata negaranya. Salah satu contoh tendensi inovasi dalam industri travel beberapa tahun terakhir adalah halal tourism atau wisata halal.

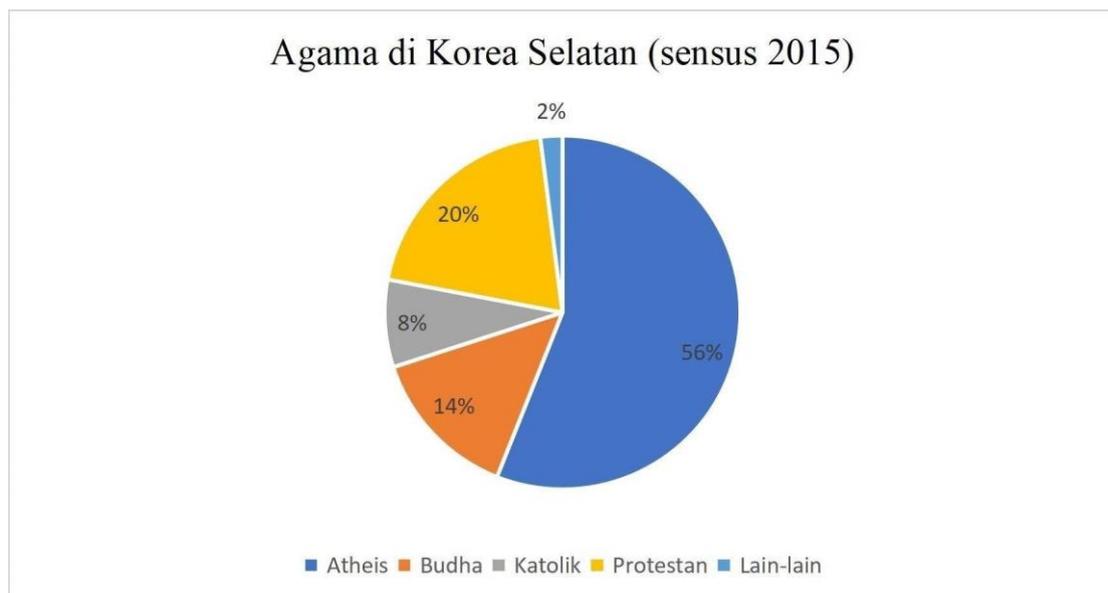
Korea Selatan menjadi salah satu negara modern yang berkembang pesat. Korea Selatan yang dikenal dengan Korean Pop atau K-POP kini telah menjadi fenomena sosial di masyarakat sehingga menimbulkan kekhawatiran di seluruh dunia. Musik pop Korea adalah salah satu produk budaya paling populer di Korea Selatan, dan popularitasnya telah menyebar ke berbagai negara. Saat ini perkembangan K-POP tidak hanya di kawasan Asia Timur, tetapi juga di Asia Tenggara, dan telah menyebar ke berbagai kawasan di dunia (Nyarimun, 2017). Semuanya dimulai dengan virus Hallyu yang menyebar ke seluruh dunia dan membuat Korea Selatan terkenal secara internasional. Banyaknya kunjungan wisatawan membuat pemerintah semakin proaktif dan inovatif dalam mengembangkan pariwisata.

Namun, terlepas dari negara maju dan gaya hidup masyarakat Korea yang modern, diskriminasi terhadap kelompok masyarakat tertentu tetap tidak dapat dihindari. Kesadaran nasionalis yang kuat yang mendarah daging di masyarakat Korea akhirnya membawa masyarakat Korea pada sikap melihat dirinya (bangsa Korea) sebagai kelompok etnis yang unggul. Inilah sebabnya mengapa manifestasi dan contoh rasisme oleh orang Korea terhadap imigran atau penduduk etnis lainnya sering terjadi (J. Safitri, 2021)

Korea Selatan mengalami penyebaran permusuhan irasional yang serupa. Di negeri ginseng ini, penyebaran Islamofobia terus meningkat. Faktanya, jumlah Muslim di Korea Selatan masih dapat dianggap sebagai minoritas kecil; namun, keterasingan umat Islam dari negara itu dan munculnya banyak hal negatif dan kecemasan yang harus disalahkan. Islamofobia dipicu oleh ketakutan khusus warga Korea Selatan terhadap Muslim. Salah satu minoritas ini, Korea Selatan, telah melihat peningkatan permusuhan publik dari waktu ke waktu. Salah satu ekspresi dan gagasan xenofobia yang diarahkan pada imigran di Korea Selatan, bahkan menurut komisi hak asasi manusia negara itu, adalah Islam itu sendiri, yang sering dikaitkan dengan multikulturalisme bangsa.

Salah satu contoh rasisme yang terjadi di Korea Selatan adalah rasisme terhadap umat Muslim. Korea Selatan sendiri menjadi salah satu negara yang minoritas agama Islam. Menurut Demographic Research, mayoritas orang Korea 56% menurut sensus 2015, tidak memiliki afiliasi agama, Budha (16%), Katolik (8%), dan Protestan (20%) adalah kelompok agama utama negara itu. Menurut sebuah penelitian, Islam adalah agama minoritas di Korea Selatan kurang dari 0,2 persen dari populasi Korea Selatan yang berjumlah 51.470.000 pada tahun 2017 (Sasongko, 2017). Meskipun Islam adalah agama minoritas di Korea Selatan, makanan halal telah muncul kembali sebagai sumber baru yang menguntungkan warga Korea Selatan karena minat besar yang ditunjukkan oleh wisatawan Muslim terhadap makanan Korea dan perkembangan pasar makanan halal di seluruh dunia.

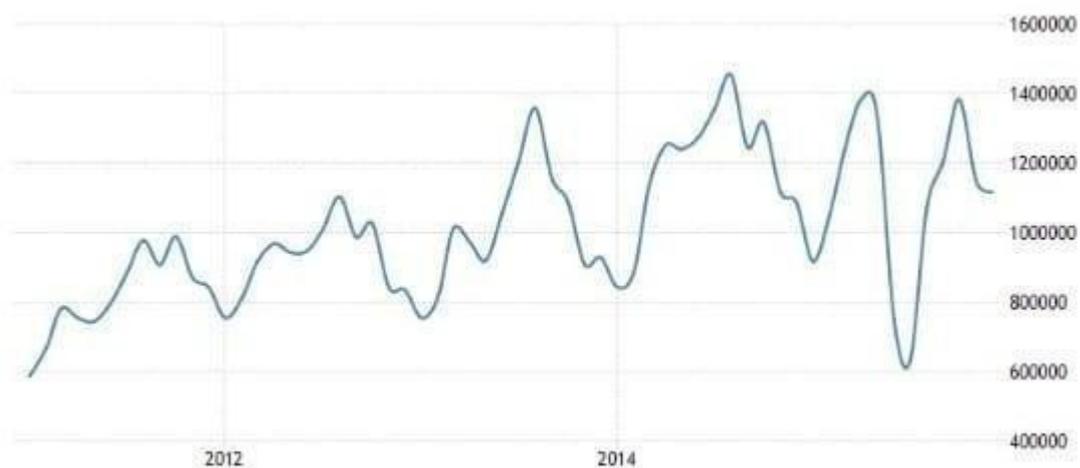
**Gambar 1. Diagram Sensus Agama di Korea Selatan**



**Sumber : Demographic Research, 2021**

Namun seiring berjalannya waktu, wisatawan asing di Korea Selatan mencapai angka yang sangat tinggi dan terus meningkat dari tahun ke tahun, terutama wisatawan Muslim. *Korea Tourism Organization (KTO)* mencatat banyaknya kunjungan wisatawan asing pada tahun 2012 sebanyak 11,14 juta wisatawan, tahun 2013 sebanyak 12,18 juta wisatawan, tahun 2014 sebanyak 14,20 juta wisatawan. Hal ini dikarenakan Korea Selatan memiliki pariwisata yang menarik perhatian masyarakat dunia untuk berkunjung ke Korea Selatan. Terlebih pada makanan khas yang di perkenalkan Korea Selatan melalui drama Korea. Popularitas Korea Selatan di dunia internasional telah mengubah pertumbuhan ekonomi negara ginseng ini secara signifikan selama 10 tahun terakhir.

**Gambar 2. Data Kunjungan Wisatawan Dunia ke Korea Selatan**



**Sumber :** <https://id.tradingeconomics.com/south-korea/tourist-arrivals>

Pertumbuhan masyarakat muslim sejalan dengan pertumbuhan dan persebaran penduduk muslim yang jumlahnya kurang lebih 1,8 miliar jiwa. Dengan bertambahnya populasi dan penyebaran umat Islam, hal ini juga meningkatkan kebutuhan akan produk atau jasa berlabel Halal. Tentunya perkembangan ini juga dipicu oleh meningkatnya motivasi dan kepercayaan masyarakat terhadap produk berlabel halal. Selain itu, masyarakat juga mempercayai kualitas produk Halal yang dikenal lebih baik dari segi etika, kesehatan, keamanan, dan ramah lingkungan.

Menurut KNKS, kebutuhan masyarakat muslim terus tumbuh dengan tumbuhnya kelas menengah muslim yang secara otomatis memiliki daya beli yang lebih besar. Tingginya daya beli ini disebabkan mayoritas penduduk muslim merupakan usia produktif. Mobilitas

mereka tinggi, sehingga harus ada kebutuhan produk halal di semua daerah. Keberadaan kelas pekerja Muslim mengarah pada karakteristik gaya hidup modern yang lebih progresif, namun mereka tetap percaya menggunakan produk berlabel Halal untuk memenuhi kebutuhannya. Hal ini juga memicu berkembangnya produk Halal. Populasi muslim yang besar ini juga mendorong beberapa negara, bahkan negara minoritas muslim untuk bersaing memperebutkan perhatian pasar muslim yang besar ini.

COMCEC (*Committee for Economic and Commercial Cooperation*), salah satu komite tetap OIC (*Organization of Islamic Cooperation*), dalam unggahannya melihat bahwa pertimbangan pariwisata bagi umat Islam diantaranya yaitu ketersediaan makanan halal, keamanan dan ancaman yang terorganisir, sentimen islamofobia, keramahan warga lokal, dan fasilitas penunjang di berbagai aktifitas yang disediakan untuk wisatawan itu sendiri. Karena Korea Selatan adalah salah satu negara minoritas muslim, wisatawan Muslim memiliki kendala saat berwisata di Korea Selatan seperti kurangnya makanan halal dan tempat ibadah. Pada akhirnya, Korea Selatan menerapkan kebijakan halal tourism agar wisatawan beragama Islam dapat berwisata dengan nyaman dan aman.

Salah satu cara yang mereka gunakan adalah dengan mengembangkan wisata halal untuk menarik wisatawan asing, khususnya wisatawan asing muslim. Mengingat jumlah wisatawan Muslim yang terus meningkat, pemerintah Korea Selatan telah memperkenalkan kebijakan pariwisata ramah Muslim dimulai dari bekerjasama dengan Korea Tourism Organization (KTO). Sejak 2015, pemerintahan Korea Selatan telah mengumumkan kebijakan pariwisata yang disebut "pariwisata ramah Muslim." Tidak bisa dipungkiri bahwa jumlah wisatawan asing yang datang terus bertambah dari tahun ke tahun.

Kebijakan ini dimulai pada tahun 2015 dengan diluncurkannya panduan halal bertajuk 'Muslim Friendly Restaurant in South Korea'. Selain itu, Korea Selatan telah mulai menaikkan dan menambah akomodasi yang nyaman untuk wisatawan muslim. KTO mengatakan pihaknya bertujuan untuk menarik 1 juta wisatawan Muslim pada tahun 2016 untuk mendiversifikasi pendapatan di pasar pariwisata. Untuk mencapai tujuan tersebut, KTO telah mempromosikan beberapa negara mayoritas Muslim. Kebijakan pariwisata ini merupakan kebijakan yang memberikan kesempatan bagi para wisatawan muslim untuk dapat melakukan perjalanan wisata tanpa harus meninggalkan kebutuhan dasar keyakinan mereka seperti tempat ibadah dan juga makanan. Jika kebijakan ini diterapkan maka pemerintah setempat harus melakukan pengadaan masjid atau mushola sebagai tempat sholat dan

memperbanyak tempat makan yang menyediakan makanan halal dan pelebelan pada produk yang ingin di perjual belikan.

Karena banyaknya program halal tourism yang telah dilaksanakan oleh Korea Selatan, maka penulis lebih berfokus pada masalah kebijakan halal food di Korea Selatan. Penulis memfokuskan dalam halal food dikarenakan makanan adalah sumber kebutuhan yang harus dimiliki setiap orang atau sumber pokok primer. Pengertian makanan halal sendiri adalah makanan yang diperbolehkan untuk dikonsumsi umat muslim berdasarkan aturan syariat Islam. Peraturan makan dalam syariat islam menyatakan bahwa umat islam tidak boleh makan daging babi atau daging yang belum disembelih secara Islami, dan umat Islam juga dilarang makan makanan atau minuman apa pun yang mengandung alkohol atau bekas alkohol. Ini biasanya disebut sebagai "Halal".

Karena faktanya, Korea Selatan memiliki kuliner dengan bahan utamanya yaitu daging babi dan minuman beralkohol dan itu menjadi salah satu yang di haramkan oleh umat muslim. Walaupun penerapan halal tourism ini mendapat banyak pertentangan Korea Selatan tetap menerapkan kebijakan pariwisata ramah Muslim di tengah penentangan dari kelompok masyarakat lokal dan keputusan pemerintah Korea Selatan untuk mempromosikan Islam di negara minoritas Muslim cenderung menjelaskan bagaimana pelajaran tersebut dilaksanakan (Sasongko, 2016).

## **1.2 Rumusan Masalah**

Karena keragaman diplomasi budaya, penulis hanya berfokus pada kebijakan halal tourism Korea Selatan terutama melalui halal food. Dari uraian latar belakang maka rumusan masalah pada fokus penelitian ini adalah “Apa faktor-faktor yang mempengaruhi Korea Selatan untuk menerapkan kebijakan halal food?”

## **1.3 Kerangka Teoritik**

Sesuai dengan pokok permasalahan tentang kebijakan pariwisata *halal tourism* sebagai diplomasi Korea Selatan bagi wisatawan muslim, maka saya akan mengkaji permasalahan tersebut dengan menggunakan teori atau pendekatan Gastrodiplomasi.

### **1.3.1 Gastrodiplomasi**

Gastrodiplomasi adalah bagian dari diplomasi publik dan diplomasi budaya, cara halus untuk menambah rasa hormat, menciptakan pengertian dan menambah citra bangsa. Diplomasi gastronomi merupakan salah satu bagian dari diplomasi budaya melalui pengenalan budaya makanan. Gastrodiplomasi menggunakan makanan sebagai alat untuk

mengangkat merek negara, menonjolkan nilai-nilai yang menyampaikan citra budaya negara. (Tulus Warsito & Wahyuni Kartikasari, 2007)

Menurut Rockower, Gastrodiplomasi merupakan "The act of winning hearts and minds through stomachs", yang artinya sebagai membiarkan aktor suatu negara menggunakan keistimewaan negara sebagai alat diplomasi (Rockower, 2011). Gastrodiplomasi juga dapat memberikan pendekatan praktis kepada warga negara yang tidak memiliki pilihan untuk berwisata tetapi masih memiliki kesempatan untuk merasakan budaya lain (Baskoro, 2017). Jika seseorang mencari slogan politik untuk menangkap pendekatan semacam ini, gastrodiplomasi didasarkan pada gagasan bahwa cara termudah untuk memenangkan hati dan pikiran adalah melalui perut. (Spence, 2016)

Gastrodiplomasi sering diartikan sebagai makna bahwa bendera dapat mengikuti percabangan (*the flag can follow the fork*) dan menyampaikan memahami budaya suatu negara melalui makanan. Konsep budaya kuliner, cara makanan disiapkan dan disajikan, menjadikan makanan sebagai simbol identitas budaya dan sarana integrasi budaya antar negara. Kekuatan dan keterhubungan pangan dan nasionalisme telah menjadikan pangan sebagai salah satu alat hubungan internasional. (Chapple-Sokol, 2013)

### **1.3.2 Aplikasi Teori**

Korea Selatan sendiri memiliki beragam makanan tradisional maupun non-tradisional yang saat ini diminati oleh beberapa remaja di berbagai negara. Hal ini menjadi pengaruh Korea Selatan untuk memperkenalkan makanan-makanan khasnya ke beberapa negara untuk menjalin kerjasama. Perlu diketahui, beberapa makanan khas Korea Selatan tidak memiliki label halal. Beberapa kandungannya pun masih banyak yang mengandung babi yang tentu saja di haramkan untuk umat muslim sebagai makanan yang dikonsumsi.

Salah satu negara yang memakai kulinernya menjadi instrumen diplomasi merupakan Korea Selatan dan menjadi salah satu negara yang terbilang relatif sukses pada menerapkan diplomasi publiknya. Korea Selatan sendiri memiliki beragam makanan tradisional maupun non-tradisional yang saat ini diminati oleh beberapa remaja di berbagai negara. Seiring dengan tren perkembangan pariwisata, wisata alam sebenarnya tidak lagi merupakan tujuan wisatawan, tetapi mencakup spektrum yang luas seperti nilai kuliner, budaya dan sejarah kini menjadi alasan wisatawan untuk berkunjung dan berwisata (Rahman, 2018).

Dilaksanakannya sistem gastrodiplomasi Korea Selatan yaitu untuk membantu kurang diakuinya *nation merk* antara lain, untuk menarik perhatian internasional yang lebih luas

tentang kebudayaannya melalui kuliner mereka, & menggunakan demikian secara nir eksklusif bisa mempertinggi soft power-nya. Implementasi daripada acara gastrodiplomasi Korea telah dicapai melalui penyebaran globalisasi masakan Korea dengan bantuan acara kampanye bernama Masakan Korea ke seluruh dunia.

Strategi Globalisasi Pangan Korea atau Korean Food Globalization adalah strategi yang menggunakan media massa dan pendidikan dalam pelaksanaannya. Strategi penggunaan media massa baik media cetak maupun media elektronik dan media sosial yang digunakan Korea Selatan untuk menyampaikan pesan-pesan tentang gastro-diplomasi dapat menjalin ikatan dengan masyarakat internasional dan menciptakan hubungan jangka panjang dengan program-program gastro-diplomasi (Zhang, 2015, p. 17).

Korean Food Foundation (KFF) menjadi salah satu penerapan gastrodiplomasi Korea selatan untuk Untuk mempromosikan dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat dan pembangunan ekonomi nasional dengan memperkuat daya saing industri makanan dan industri makanan Korea Selatan di dalam dan luar negeri. Korea bekerja sama dengan organisasi dan lembaga pemerintah di dalam negeri untuk melaksanakan program ini. Misalnya, Jeong Yong Chan, sebagai Direktur Peningkatan Kualitas Pariwisata (Korea Tourism Organization), tepatnya pada bulan Mei mengumumkan bahwa Korea mensponsori Lembaga Kegiatan Hansik (Badan Pengembangan Globalisasi Hansik) untuk diresmikan, dimana organisasi ini beranggotakan 36 orang dari badan tersebut pemerintah terkait, lembaga akademik dan pemimpin industri makanan.

### **1.3.3 International Tourism**

Pariwisata Internasional (International tourism) yaitu kegiatan kepariwisataan yang terdapat atau dikembangkan di banyak negara di dunia. Pariwisata dapat diklasifikasikan menurut letak geografis, menurut pengaruhnya terhadap neraca pembayaran, menurut alasan atau tujuan perjalanan, menurut saat atau waktu berkunjung dan menurut obyeknya. Dan International tourism menjadi salah satu klasifikasi menurut letak geografis. (Yeoti, 1996).

Pariwisata Internasional (*International Tourism*), adalah kombinasi antara dua bentuk dasar dari *Inbound Tourism* dan *Outbound Tourism*, yang termasuk kunjungan pendatang (bukan penduduk) ke suatu negara yang bukan tempat tinggalnya (turis) dan kunjungan ke luar negeri oleh penduduk suatu negara. Bentuk pariwisata ini melibatkan kegiatan ekonomi

antar negara (impor dan ekspor) karena adanya kegiatan konsumsi oleh wisatawan dari berbagai negara yang saling berkunjung. (Care Tourism, 2013)

Memahami international tourism sangat menantang karena banyaknya variabel yang mempengaruhi keputusan, perilaku, dan interpretasi perjalanan keluar. Variabel-variabel ini mencakup pengalaman masa lalu dan rangsangan eksternal. Untuk memaknai pengalaman, pendekatan holistik sangat penting. Industri pariwisata ekspor international sangat penting bagi perekonomian, lapangan kerja, dan kualitas hidup daerah yang merupakan sekitar 35% dari total kunjungan pengunjung (HVCB, 2006).

#### **1.3.4 Aplikasi Teori**

Halal food sendiri menjadi salah satu fenomena pariwisata yang sedang populer, terlebih di Korea Selatan. Menggunakan konsep International Tourism membuat Korea Selatan dapat mengelola kebijakan pariwisata agar wisatawan asing yang berkunjung ke Korea Selatan dapat berwisata dengan aman dan nyaman karena dapat memilah makanan-makanan yang di perjual belikan disana antara makanan yang boleh di konsumsi oleh wisatawan muslim dan yang tidak boleh dimakan oleh wisawatan muslim.

Melihat perilaku-perilaku umat Muslim, membuat Korea Selatan menjadikan kebijakan halal food ini sebagai jembatan baru bagi umat Muslim agar dapat berwisata dengan tenang tanpa takut meninggalkan kewajibannya sebagai umat Muslim. Korea Selatan juga menjadikan evaluasi dan pengalam sebagai salah satu acuan untuk menerapkan kebijakan halal food. Dilihat dari tahun-tahun sebelumnya tingginya kunjungan wisatawan asing beragama Islam membuat pemerintah Korea Selatan membuat kebijakan baru sesuai dengan kebiasaan-kebiasaan umat Muslim.

Mampu mengekspor produk halal merupakan peluang besar bagi pasar muslim, dan jumlah wisatawan muslim asing ke Korea Selatan terus meningkat. Berkolaborasi dengan penyedia sertifikat halal, membuat acara yang berkaitan dengan makanan halal, mempromosikan makanan halal di Korea Selatan melalui media dramatis, dll. Maka dari itu, Korea Selatan mulai mengembangkan Halal Tourism dengan memperkenalkan Halal Food agar umat muslim merasa nyaman untuk berwisata ke Korea Selatan.

#### **1.4 Hipotesis**

Berdasarkan penjelasan diatas, maka penulis dapat mengambil hipotesis faktor yang mempengaruhi Korea Selatan untuk menerapkan kebijakan halal food adalah :

1. Faktor Internal, untuk meningkatkan ekonomi negara Korea Selatan melalui peningkatan kunjungan wisata asing.
2. Faktor Eksternal, banyaknya peminat budaya dan calon wisatawan asing dari negara-negara muslim.

#### **1.5 Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan baik kualitatif maupun deskriptif, yaitu kebijakan halal tourism Korea Selatan dengan Gastrodiplomasi melalui sistem halal food dilakukan melalui pendeskripsian fenomena yang terjadi untuk menentukan kebijakan halal tourism. Analisis data bersifat kualitatif, dan hasil studi kualitatif menekankan pentingnya generalisasi. Teknik pengumpulan yang digunakan adalah mencari data kepustakaan, studi pustaka. Dengan kata lain mengumpulkan data dengan mencari berbagai literatur yang dekat dan berhubungan dengan masalah yang diteliti: buku, jurnal, dokumen, esai, laporan, majalah, surat kabar, artikel, internet, dll.

#### **1.6 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian kepenulisan ini adalah untuk mempelajari faktor-faktor yang menjadi pengaruh Korea Selatan untuk memperkenalkan halal food, karena terjadinya pembuatan suatu kebijakan pasti ada faktor-faktor yang mempengaruhi sebuah negara agar memenuhi kepentingan negaranya.

#### **1.7 Jangkauan Penelitian**

Agar penelitian ini tidak terlalu membatasi dengan pembahasan, penulis menetapkan batas waktu. Lingkup penulisan ditentukan oleh penulis dari 2015 sampai 2021 karena kebijakan halal food sendiri dibentuk oleh Korea Selatan pada tahun 2015. Namun, penulis mencatat bahwa data tersebut mungkin telah digunakan di luar periode ini, tetapi masih relevan dan relevan dengan penelitian ini.

## **1.8 Sistematika Penulisan**

Penulisan skripsi ini terdiri dari 3 bab. Penggambaran keseluruhan dari tiap-tiap bab adalah sebagai berikut :

**Bab I. Pendahuluan**, berisikan tentang pendahuluan yang meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, kerangka teori, hipotesis, metode penelitian, tujuan penelitian, jangkauan penulisan, dan sistematika penulisan.

**Bab II. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya Halal Food Korea Selatan**, berisi tentang gambaran umum tentang kebijakan *Halal Tourism* Korea Selatan dan faktor yang mempengaruhi *halal food* Korea Selatan.

### 1. Faktor Internal Halal Food Korea Selatan

Menjelaskan peningkatan ekonomi Korea Selatan melalui kunjungan wisatawan asing beragama Islam disertai cara Korea Selatan menarik wisatawan asing untuk berkunjung.

### 2. Faktor Eksternal Halal Food Korea Selatan

Menjelaskan ketertarikan wisatawan internasional terhadap budaya Korea Selatan dan calon wisatawan dengan memperkenalkan makanan halal Korea Selatan ke kancah International

**Bab III. Kesimpulan**, Berisi kesimpulan dari temuan yang ada skripsi yang telah dijabarkan dari bab I sampai bab II yang juga menjadi bagian akhir dari skripsi ini.

**Daftar Pustaka**, berisi data buku, literatur, dan artikel yang digunakan selama penulisan dan dicantumkan dalam tulisan ini