

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era global serta perkembangan sistem perdagangan internasional, sektor pariwisata saat ini memiliki peranan yang vital terhadap pembangunan ekonomi di berbagai negara. Tidak sedikit negara yang terus membudidayakan potensi pariwisata dengan serius dan menjadikan pariwisata sebagai sektor unggulan dalam perolehan devisa negara serta terciptanya lapangan pekerjaan sehingga bisa mengurangi kemiskinan (Pitana, 2002), dikatakan bahwa pariwisata kerap disebut sebagai *passport to development, new kind of sugar, tool for regional development, invisible export, non-polluting industry*, dan lain sebagainya.

Industri pariwisata dengan praktik-praktik keagamaan telah mendorong munculnya konsep baru di bidang pariwisata, yang dikenal sebagai pariwisata halal atau *halal tourism*. Konsep perjalanan ini setara dengan perjalanan yang dilakukan oleh umat Muslim di seluruh dunia. Hal ini berkaitan dengan perkiraan peningkatan populasi Muslim global yang diproyeksikan mencapai 26,5% pada tahun 2030. Menurut (Battour & Ismail, 2015), pariwisata halal mengacu pada segala hal atau aktivitas pariwisata yang diperbolehkan menurut ajaran Islam dan dapat dimanfaatkan oleh wisatawan Muslim dalam bisnis pariwisata. Oleh karena itu, negara Muslim yang terhubung dengan Indonesia memiliki potensi yang signifikan untuk mempromosikan konsep Islam dalam industri pariwisata secara global.

Pariwisata halal berpegang teguh pada prinsip-prinsip dan pedoman Islam dalam semua aspek penawarannya serta dapat dinikmati bersama oleh wisatawan Muslim dan non-Muslim. Pariwisata halal digunakan sebagai sarana untuk menggunakan *soft power* untuk menarik wisatawan Muslim untuk berkunjung (Kusumaningrum et al., 2017). Pariwisata halal meningkatkan rasa nyaman dan aman bagi wisatawan secara keseluruhan dengan memasukkan peraturan Islam ke dalam sistem layanan, sehingga meningkatkan pengalaman.

Industri halal saat ini mendapati kemajuan yang sangat pesat pada sejumlah sektor seperti: biro perjalanan, fashion, kosmetik, makanan halal, obat-obatan serta

media dan hiburan. Menurut (Chaikong & Mukarromah, 2022), dari 76 negara yang terdiri dari 57 negara anggota Organisasi Kerjasama Islam (OKI) menyatakan bahwa sektor makanan halal dan keuangan menyimpan kontribusi terbesar dibandingkan dengan sektor lainnya. Pada tahun 2021, bersama kemampuan penghasilan yang mencapai \$1,9 Triliun, makanan halal menjadi fokus utama para pemilik usaha di berbagai negara, seperti Thailand.

Populasi pemeluk agama Muslim terus meningkat setiap tahunnya. Populasi Muslim tidak hanya tersebar di wilayah Asia saja, tetapi juga tersebar di seluruh dunia atau setara dengan 24% dari populasi global (News, 2017). Banyak sekali populasi Muslim di dunia tinggal di negara-negara yang mana Muslim bukanlah agama mayoritas. Minoritas pemeluk agama Muslim seringkali terbilang lebih besar. Contohnya seperti India yang memiliki populasi Muslim terbesar ketiga di dunia. Kemudian Tiongkok memiliki lebih banyak umat Muslim daripada Suriah, sementara Rusia juga memiliki populasi umat Muslim lebih banyak daripada Yordania dan Libya. Justru Amerika dan Eropa dengan populasi minoritas umat Muslim saja memiliki jumlah yang konsisten di wilayahnya. Peristiwa ini menunjukkan bahwa populasi Muslim berkembang terlepas dari kesamaan sejarah dan budaya. Seperti halnya negara-negara di kawasan Asia Tenggara merupakan negara yang heterogen dengan keragaman adat istiadat, agama, dan budaya yang amat kaya. Hingga kini, mayoritas penduduk di Asia Tenggara adalah Muslim, maka dari itu hal ini sangat mempengaruhi pengambilan kebijakan di dalam negara dan kawasan.

Negara-negara di Asia Tenggara merupakan mayoritas pemeluk Muslim tertinggi di dunia. Seperti di Indonesia, Malaysia, dan Brunei Darussalam, Muslim merupakan agama yang dominan. Selanjutnya, negara-negara yang berada di kawasan ini dikaruniai dengan adanya kekayaan alam, latar belakang sejarah yang kaya, kegiatan budaya, dan masakan yang beragam. Adanya tren industri halal di penjuru dunia, membuat negara di Asia Tenggara memiliki berbagai peluang untuk memperluas industri halal untuk meningkatkan pendapatan mereka.

Pariwisata halal menjadi kunci karena setiap negara yang ada di Asia Tenggara dapat mendiversifikasi ekonominya atau mendapatkan uang tunai dari wisatawan

asingnya. Di era global dan saling menyatu saat ini, pariwisata telah muncul sebagai salah satu mata pencaharian yang paling penting dan juga menjanjikan, terutama di kawasan Asia Tenggara.

Thailand adalah contoh negara yang sangat baik tentang bagaimana negara di Asia yang mayoritas beragama Buddha mempromosikan integrasi sosial dan budaya serta pembangunan ekonomi populasi minoritas Muslimnya melalui pariwisata. Prioritas nasional utama Thailand adalah memastikan integrasi penuh populasi Muslim. Pariwisata memainkan peran penting dalam proses ini. Persentase umat Muslim di Thailand diperkirakan sekitar 48 persen dari kurang lebih 70 juta total penduduk negara itu. Muslim saat ini adalah agama minoritas terbesar di Thailand. Muslim terkonsentrasi di provinsi paling selatan Narathiwat, Pattani, Yala, dan Satun, di mana mereka merupakan antara 65% dan 85% penduduk asli dan sebagian besar keturunan Melayu. Wilayah ini kemudian dikenal sebagai "selatan terdalam" atau "selatan jauh" yang menonjolkan persepsi wilayah pinggiran di Thailand (Nurdiansyah, 2016).

Upaya pemerintah Thailand mengembangkan sektor pariwisata halal sebenarnya juga merupakan bagian dari kebijakannya untuk mengatasi perbedaan antara Thailand utara dan selatan. Wilayah selatan adalah rumah bagi banyak umat Muslim yang miskin. Pemerintah meluncurkan tiga kebijakan untuk memberdayakan komunitas Muslim miskin dan kurang beruntung. Pertama, menjalankan bank syariah seperti *Government Savings Bank*, *Bank of Agriculture and Agricultural Cooperatives*, dan *Islamic Bank of Thailand*. Kedua, pemerintah mendanai program penguatan industri halal (termasuk pariwisata) untuk membuka lapangan kerja bagi umat Muslim Thailand, bahkan mengembangkan bahasa Arab di komunitas mereka untuk melayani wisatawan Timur Tengah. Ketiga, pemerintah memperkenalkan layanan zakat kepada komunitas Muslim Thailand (Hill & Menon, 2016). Artinya, pemerintah Thailand menerapkan pariwisata dua arah dengan fokus regional, yaitu wilayah selatan lebih berorientasi pada wisata halal dan wilayah utara lebih berorientasi pada pariwisata tradisional dengan mempertimbangkan kebutuhan wisatawan Muslim (Karjaya, 2020).

Akibat penerapan pariwisata model dua arah di Thailand pada tahun 2015, kunjungan wisatawan Muslim meningkat dari 1,2 juta (total 32,6 juta) menjadi 3,7 juta (total 38,2 juta) pada tahun 2016. Ekspansi kontribusinya terhadap *Gross Domestic Product (GDP)* meningkat menjadi 12% antara tahun 2016 dan 2018 (Bangkok Bank, 2019). Pertumbuhan sektor pariwisata dan peningkatan kontribusinya terhadap PDB dibarengi dengan peningkatan *Foreign Direct Investment (FDI)* pada periode yang sama. Dengan kata lain, jumlahnya meningkat dari \$1,8 miliar pada tahun 2016 menjadi \$10 miliar pada tahun 2018 (UNCTAD, 2019). Penjelarasannya terletak pada salah satu teori ekonomi tentang korelasi antara PDB dan FDI. Pertumbuhan PDB yang tinggi menawarkan peluang berharga untuk menarik lebih banyak investasi langsung dalam dan luar negeri. Di sisi lain, FDI mempunyai dampak langsung terhadap pertumbuhan ekonomi positif negara penerima (Caves, 1996). Hal ini dapat dikatakan bahwa adanya hubungan dua arah antara PDB dan FDI (Karjaya, 2020).

Untuk menyusun penelitian ini, penulis memerlukan analisis komprehensif terhadap penelitian terdahulu untuk membedakan fokus penelitian penulis dengan penelitian-penelitian sebelumnya. Literatur awal yang menjadi fokus penelitian penulis adalah skripsi dengan judul "Strategi Jepang Menerapkan *Halal Tourism* Untuk Menarik Wisatawan Muslim Asia Tenggara" oleh Diko Eka Safitri di tahun 2018 (Safitri, 2018). Penelitian ini menjelaskan bagaimana Jepang sebagai negara dengan minoritas Muslim mengimplementasikan *Muslim Friendly Tourism* melalui strategi inovatif untuk menarik wisatawan Muslim, khususnya dari Asia Tenggara. Persamaan antara penelitian ini dengan penelitian penulis adalah pendekatan yang dilakukan oleh suatu negara untuk menarik wisatawan Muslim dari Asia Tenggara. Berbeda dengan penelitian tersebut, penelitian ini secara khusus berfokus pada Thailand sebagai subjek utama penelitian. Literatur kedua ditulis oleh Tama Silviana, berjudul "Strategi Pemerintah Thailand dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Muslim melalui Penerapan Konsep Pariwisata Halal" pada tahun 2021 (Silviana, 2021). Penelitian ini menjelaskan tentang pemanfaatan konsep *Nation Branding* oleh pemerintah Thailand, dimana peninggalan bersejarah Islam digunakan sebagai sarana wisata religi yang secara khusus ditargetkan untuk

wisatawan Muslim. Kesamaan antara penelitian ini dan penelitian penulis terletak pada penekanan yang sama pada pendekatan pemerintah Thailand dalam menangani pariwisata halal. Berbeda dengan penelitian sebelumnya, penelitian ini berfokus pada pemanfaatan kerjasama IMT-GT untuk meningkatkan pertumbuhan industri pariwisata Thailand. Literatur terakhir, yaitu artikel jurnal berjudul "Implementasi Kerjasama Indonesia, Malaysia, Thailand, Growth Triangle (IMT-GT) dalam Pengembangan Pariwisata Halal di Aceh Tahun 2015-2019" ditulis oleh Riski Dwi Septiani pada tahun 2021 (Septiani, 2021). Penelitian ini menjelaskan tentang pelaksanaan program kerjasama IMT-GT dalam mendorong pengembangan pariwisata halal di Aceh dari tahun 2015 hingga 2019. Program ini mencakup tiga komponen utama: implementasi sertifikasi halal, penyebaran edukasi pariwisata halal kepada para pemangku kepentingan industri, dan promosi pariwisata halal di wilayah IMT-GT. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan korelasi antara penelitian penulis dengan pelaksanaan pengembangan pariwisata dalam kerjasama IMT-GT. Berbeda dengan penelitian sebelumnya, penelitian penulis secara khusus meneliti Thailand sebagai sebuah negara dan pelaksanaannya selama rentang waktu lima tahun, dari 2018 hingga 2023.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan pariwisata halal pada wisatawan muslim di Asia Tenggara. Sektor *halal tourism* menjadi penting untuk dibahas karena Thailand menjadi salah satu negara yang ingin mengembangkan sektor *halal tourism* sebagai kepentingan nasionalnya.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang tersebut, terdapat sebuah hal unik yang menarik untuk dijadikan permasalahan pada penelitian ini, sehingga muncul pertanyaan “Bagaimana strategi pemerintah Thailand untuk meningkatkan wisatawan muslim di Asia Tenggara?”.

C. Kerangka Teori

Dalam meneliti masalah yang ada serta membuktikan hipotesis, maka penulis menggunakan teori atau konsep acuan sebagai berikut:

1. Pariwisata Halal

Pariwisata halal atau kerap disebut dengan *muslim friendly tourism* dan *halal tourism* merupakan sebuah pelayanan tambahan yang diberikan untuk melengkapi pengalaman dan keinginan wisatawan muslim. Pariwisata halal diartikan sebagai objek wisata yang baik dijalankan dan dibentuk menjadi pilihan menurut perspektif syariah sebab pada lingkup wisata ini adanya usaha untuk menghindari apapun bentuk dari kontaminasi yang menyebabkan sesuatu menjadi haram (Mansouri, 2014 dalam Djakfar, 2017). Meskipun demikian, pariwisata halal ini tidak memiliki acuan yang diperuntukkan hanya untuk negara-negara Muslim saja.

Konsep pariwisata halal terbentuk dari konsep “halal” dimana kata tersebut berasal dari bahasa arab dan memiliki arti “dibolehkan”. Secara keseluruhan dijelaskan bahwa pariwisata halal adalah sektor yang menjalankan tugasnya sesuai dengan pada ajaran Muslim dan bisa digunakan oleh umat Muslim. Definisi tersebut terbentuk karena adanya acuan hukum Muslim (syariat) dengan adanya memberikan produk serta layanan jasa pariwisata kepada pelanggan yang beragama Muslim. Ada beberapa kebutuhan dasar wisatawan Muslim saat berwisata menurut (*Mastercard-CrescentRating GMTI 2019* dalam Destiana & Astuti, 2019):

1. Makanan dan minuman, merupakan aspek terpenting saat umat Muslim menyiapkan destinasi wisata yang dituju, dibutuhkannya sertifikasi halal yang dapat diidentifikasi dengan mudah oleh seluruh wisatawan Muslim agar meminimalisir keraguan dalam mengkonsumsi makanan dan minuman yang ada di tempat sekitar berwisata.
2. Tempat beribadah, menjadi aspek terpenting lainnya karena dibutuhkannya aktifitas ibadah sholat wajib 5 waktu sehingga umat Muslim di suatu tempat pariwisata membutuhkan fasilitas beribadah yang layak dengan petunjuk arah kiblat dan tempat berwudhu.
3. Kamar mandi dengan fasilitas air yang cukup, dibutuhkan umat Muslim dengan tujuan untuk bersuci dan membersihkan diri dari kotoran.

4. Adanya jaminan keselamatan pada destinasi wisata bagi wisatawan Muslim dari maraknya sentimen *Islamophobia*.
5. Faktor sosial, munculnya rasa simpati dan empati terhadap diri sendiri, orang lain serta lingkungan.
6. Layanan saat ramadhan, wisatawan Muslim jarang sekali melakukan kunjungan wisata saat bulan ramadhan, namun banyak sekali umat Muslim cenderung ingin menghabiskan waktu ramadhan di luar rumah, dengan ini pihak pengelola penginapan bisa saja menawarkan dan menyediakan fasilitas seperti makanan untuk sahur dan berbuka puasa.
7. Tidak ada pelayanan non-halal, ditujukan agar menghindari fasilitas atau hal yang menimbulkan keraguan terhadap kontaminasi produk non-halal atau hal yang dilarang seperti minuman alkohol, diskotik atau adanya tempat berjudi.

Pendirian pariwisata halal membuat bagian industri ekonomi Islam secara mendunia karena mengalami tren positif (Jaelani, 2017). Label halal tidak hanya menjadi sebuah aturan dalam Muslim tetapi juga merambah pada industri dalam berbagai aspek seperti makanan, minuman, pakaian, kosmetik, penginapan, tempat olahraga, hingga perbankan (Mubarok & Imam, 2020).

Di Thailand, lembaga pemerintah yang bertanggung jawab untuk mempromosikan Thailand sebagai destinasi ramah Muslim adalah *Tourism Authority of Thailand* (TAT). TAT merupakan bagian dari Kementerian Pariwisata. Untuk menjadikan Thailand sebagai destinasi ramah Muslim, TAT meluncurkan *Thailand Travel Mart Plus* pada bulan Juni 2015, yang mencakup berbagai inisiatif untuk mempromosikan Thailand sebagai destinasi wisata ramah terhadap umat Muslim. Berikut adalah beberapa inisiatif yang telah diambil oleh pemerintah Thailand untuk mengubahnya menjadi destinasi halal ramah Muslim, seperti dilansir *Standing Committee for Economic and Commercial Cooperation of the Organization of Islamic Cooperation* (COMCEC, 2016):

1. Hotel ramah Muslim

Hotel ramah Muslim di Thailand menawarkan makanan halal, ruang sholat dan arah kiblat serta layanan lainnya seperti lantai khusus wanita dan kolam renang dengan jam buka berbeda untuk pria dan wanita.

Salah satu contohnya adalah Al Meroz Hotel di Bangkok, yang disertifikasi sebagai penyedia perhotelan ramah Muslim oleh Gulf Halal Center di Uni Emirat Arab. Hotel ini menawarkan makanan halal, mushola, lantai wanita, dan kolam renang dengan jam buka berbeda untuk pria dan wanita.

Hotel Muslim lainnya di Thailand termasuk Grand Sukhumvit Hotel di Bangkok dan Nouvo City Hotel. Grand Sukhumvit Hotel menawarkan makanan bersertifikat halal, sajadah, panduan kiblat, dan waktu sholat di kamar ramah Muslim. Nouvo City Hotel memiliki restoran halal di tempat dan tidak menyajikan alkohol. Kamar juga dilengkapi dengan toilet ramah lingkungan dan menyediakan petunjuk arah kiblat.

2. Spa ramah Muslim

Thailand memiliki banyak spa halal yang dibagi berdasarkan gender, dengan ruangan terpisah untuk pria dan wanita. Spa ini memiliki ruangan terpisah untuk pria dan wanita, dengan pemijat pria yang melayani pria dan pemijat wanita yang melayani wanita. Mereka juga menggunakan produk organik pada saat sesi spa berlangsung

3. Resor pantai ramah Muslim

Thailand memiliki sejumlah resor ramah Muslim. Beberapa resor tersebut antara lain Six Senses Resorts, Banyan Tree Resorts, Ao Nang Princeville Resort, Ao Nang Orchid, dan Diamond Cave Resort and Spa.

4. Bandara ramah Muslim

Beberapa bandara di Thailand memiliki mushola dan restoran halal. Ini termasuk Bandara Suvarnabhumi Bangkok, Bandara Internasional Chiang Mai, Bandara Internasional Phuket, dan lain-lain.

Digunakannya konsep pariwisata halal sebagai landasan teoritis pada penelitian ini tidak terlepas dari fakta dalam menarik wisatawan muslim sesuai dengan syariat Muslim yang sudah dikemas dalam pariwisata halal pada suatu

negara dalam kasus ini adalah Thailand harus memiliki pemahaman yang mendetail mengenai konsep yang akan diterapkan.

2. Strategi Pengembangan Pariwisata

Kata strategi berasal dari kata Yunani “*strategos*” yang berarti usaha untuk mencapai kemenangan dalam suatu peperangan. Awalnya digunakan dalam lingkungan militer, namun istilah strategi digunakan di berbagai bidang yang sifatnya relatif sama (Hartini, 1992). Pengembangan bermula dari kata kerja “berkembang” yang memiliki arti terbuka, besar, serta maju. Kondisi ini mengartikan pengembangan sebagai menciptakan dan mengatur sesuatu yang sebelumnya telah terbentuk.

Strategi pengembangan pariwisata merupakan upaya yang dilakukan untuk memajukan potensi pariwisata yang ada di suatu wilayah, cara yang dilakukan dapat berupa melakukan penyempurnaan terhadap infrastruktur yang ada baik itu secara fisik maupun non fisik, sehingga semua itu bertujuan untuk menaikkan taraf kesejahteraan masyarakat yang berada di sekitar daerah tujuan wisata.

Pariwisata merupakan salah satu kegiatan yang meliputi sektor ekonomi. Hal tersebut terjadi karena pada sektor pariwisata di mana sektor ekonomi, sosial budaya serta lingkungan sangat berperan penting di dalamnya. Kehadiran sektor pariwisata tidak hanya memberi keuntungan bagi suatu negara, namun juga bisa menjadi panutan dalam mengembangkan dan mendorong ekonomi di suatu daerah.

Demi mengembangkan sektor pariwisata yang besar terutama *Halal Tourism* di Thailand, ada beberapa strategi yang dibuat Thailand untuk melancarkan sektor pariwisata halal ini seperti memasarkan produk serta layanan halal bagi wisatawan dengan menaikkan kepercayaan akan produk halal di Thailand yang hendak menambah pendapatan negara. Pemerintah Thailand bekerjasama dengan organisasi pengelola lembaga regulasi halal, khususnya CICOT atau *Central Islamic Council of Thailand*. Organisasi ini menciptakan standar nasional untuk sertifikasi halal dan peraturan akreditasi. Pemerintah Thailand telah melakukan banyak upaya untuk menjalin kerjasama

yang kuat dengan berbagai aspek dukungan untuk mencapai keberhasilan dalam mewujudkan kepentingan nasionalnya. Pemerintah Thailand juga menjalin kerjasama dengan banyak akademisi terkemuka di Thailand, seperti Universitas Chulalongkorn dan Universitas Kasetsart. Sebagai bagian dari implementasi, pemerintah Thailand memberikan fasilitas keuangan dari dana kerajaan untuk mengembangkan “Thailand Halal Standards Institute” untuk mengembangkan pusat ilmu halal di Universitas Chulalongkorn (Arifin, 2015). Pemerintah Thailand mempunyai *Tourism Authority of Thailand* (TAT) berperan dalam memasarkan Thailand sebagai negara yang *muslim friendly tourism*.

Industri pariwisata tidak hanya membawa manfaat ekonomi yang terkait dengan perkembangan kapitalisme ke suatu negara, tetapi juga memiliki potensi untuk merangsang transformasi politik dan ekonomi yang dapat berkontribusi pada pembangunan regional. Selain itu, pariwisata juga memiliki potensi untuk mengurangi ketidakseimbangan ekonomi di berbagai wilayah di negara-negara berkembang. Thailand melakukan kerjasama yang beranggotakan tiga negara di Asia Tenggara yaitu *Indonesia-Malaysia-Thailand Growth Triangle* (IMT-GT), dengan tujuan utama untuk mendorong pembangunan ekonomi di wilayah perbatasan negara-negara anggotanya. Adanya konsep strategi pengembangan pariwisata menunjukkan sektor pariwisata halal yang dibuat oleh Thailand akan memiliki hasil yang berbeda dari negara yang lain dan juga memiliki pemikiran yang sama.

D. Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, penulis dapat menarik hipotesis atau jawaban sementara sebagai bahwa strategi pemerintah Thailand untuk menarik wisatawan Muslim di Asia Tenggara adalah:

1. Meningkatkan fasilitas wisata halal dengan memperhatikan kebutuhan wisatawan Muslim tanpa meninggalkan ornamen kebudayaan Thailand.

2. Mendorong pertumbuhan industri produk dan jasa halal sebagai elemen penting dalam kerjasama sub-regional Indonesia-Malaysia-Thailand *Growth Triangle* (IMT-GT).

E. Jangkauan Penelitian

Pada penelitian ini penulis berfokus pada data antara tahun 2018 – 2023 dengan beberapa alasan:

1. Kebijakan *Halal Tourism* mulai serius dikembangkan di Thailand.
2. Kebijakan *Halal Tourism* semakin berkembang pesat di Thailand, terbukti dengan banyaknya peningkatan jumlah tempat ibadah dan restoran bersertifikasi halal serta produk halal lainnya yang disediakan bagi wisatawan muslim.

F. Metode Penelitian

Dalam melakukan penelitian terkait “Strategi Pemerintah Thailand dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Muslim Asia Tenggara”, penulis menggunakan metode kualitatif deskriptif analitis metode atau yang biasa dikenal dengan studi literatur. Menurut (Moleong, 2007), data yang dikumpulkan dalam penelitian kualitatif berupa kata-kata dan gambar, bukan angka. Metode penelitian kualitatif merupakan metode yang tidak mengandalkan kerja statistik tetapi pada bukti kualitatif. Hal ini juga disebutkan dengan jelas bahwa pendekatan kualitatif adalah pendekatan yang didasarkan pada kenyataan lapangan dan pengalaman responden dan pada akhirnya mencari referensi teoritis.

Studi literatur merupakan langkah awal dalam metode pengumpulan data. Studi literatur merupakan metode pengumpulan data yang diarahkan kepada pencarian data dan informasi melalui dokumen, baik dokumen tertulis, foto, gambar, maupun dokumen elektronik yang dapat mendukung dalam proses penulisan

Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan secara sistematis peristiwa dan karakteristik suatu populasi atau bidang tertentu, dalam hal ini bidang secara aktual dan cermat. Metode ini menitikberatkan pada observasi.

G. Sistematika Penulisan

Dalam penyusunan skripsi ini, terdapat 4 bab besar atau garis besar yang menjelaskan mengenai topik skripsi. Kemudian terdapat pula sub bab – sub bab untuk lebih memperinci penjelasan dari bab – bab besar yang sebelumnya. Hubungan antar bab dalam skripsi ini disusun secara sistematis agar lebih memudahkan pembaca untuk memahami isi skripsi, sebagaimana berikut :

BAB I atau pendahuluan berisi tentang latar belakang masalah , rumusan masalah, landasan teori, hipotesa, jangkauan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II Berisi tentang penjelasan mengenai perkembangan industri Pariwisata Halal secara global

BAB III Berisi tentang penjelasan mengenai strategi Thailand dalam menerapkan *halal tourism* untuk menarik wisatawan muslim dari tahun 2018-2023 beserta keefektifan strategi tersebut. Strategi tersebut antara lain:

- 1) Mengembangkan Fasilitas halal tourism sesuai dengan kebutuhan wisatawan Muslim, tanpa meninggalkan ornamen kebudayaan Thailand,
- 2) Melakukan kerjasama trilateral dengan negara naungan ASEAN yaitu *Indonesia-Malaysia-Thailand Growth Triangle (IMT-GT)*, untuk menarik wisatawan muslim di kawasan Asia Tenggara.

BAB IV Berisi kesimpulan skripsi yang telah dijabarkan dari bab I sampai bab III yang juga menjadi bagian akhir dari skripsi ini.