

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Indonesia adalah sebuah negara kepulauan yang kaya akan sumber daya alam setiap pulau-pulainya. Pulau-pulau di Indonesia sangat amatlah indah. Hal tersebut dapat dilihat dari kondisi alam yang dimiliki Indonesia yang terletak pada letak geografisnya. Tak kalah dengan negara-negara yang memiliki kekayaan alam yang indah juga. Indonesia memiliki banyak potensi pada sumber daya alam. Oleh sebab itu, potensi sumber daya alam yang dimiliki Indonesia dapat dimanfaatkan sebagai sumber ekonomi terbesar bagi bangsa Indonesia melalui pariwisata.

Negara memiliki peran sebagai sisi pendukung bagi kemajuan industry pariwisata dalam negeri. Pemerintah Indonesia dapat melakukan diplomasi pariwisata baik dari segi swasta maupun kelompok-kelompok yang memiliki kepedulian pariwisata di tingkat global.

Industry pariwisata dapat menjadi jalur alternatif untuk membangun perekonomian suatu negara. Pariwisata juga mampu dijadikan sebagai alat diplomasi bagi suatu negara untuk memperkenalkan negaranya ke mancanegara. Seperti yang dijelaskan oleh Joseph Nye dalam bukunya *soft power: The Means to Success in World Politics*, soft power diartikan sebagai kemampuan untuk menciptakan pilihan-pilihan bagi orang lain, yaitu kemampuan untuk memikat pihak lain agar rela memilih melakukan suatu hal yang dikehendaki tanpa perlu untuk memintanya (Joseph S Nye, 2004).

Dalam konteks yang ditulis oleh Joseph Nye tersebut, industry pariwisata memiliki kemampuan untuk menarik perhatian melalui kekayaan alam dan seni budayanya. Hal tersebut masuk kedalam kategori diplomasi kebudayaan suatu negara. Diplomasi kebudayaan dapat diartikan sebagai usaha suatu negara untuk memperjuangkan kepentingan nasionalnya melalui dimensi kebudayaan, baik secara mikro seperti pendidikan, ilmu pengetahuan, olah raga dan kesenian ataupun secara makro sesuai dengan ciri-ciri khas yang utama. Misalnya propaganda dan lain-lain yang dalam pengertian konvensional dapat dianggap sebagai bukan politik, ekonomi ataupun militer (Wiratma, 2017).

Pemerintah Indonesia melakukan aktivitas diplomasi publik melalui kampanye “Visit Indonesia Year 2008 dan Wonderful Indonesia” untuk mengembangkan kepariwisataan

yang ada di Indonesia itu sendiri. Pemanfaatan diplomasi publik ini sangat relevan sebagai alat komunikasi Indonesia kepada publik internasional dalam rangka memperkenalkan pariwisata Indonesia yang kaya akan destinasi alami, destinasi religious, keragaman budaya dan memiliki daya tarik wisata yang akan memberikan pengalaman unik bagi wisatawan.

Diplomasi publik yang dilakukan melalui jalur pariwisata dapat dikatakan sebagai soft diplomasi, dimana diplomasi publik yang melalui jalur pariwisata dapat mempengaruhi wisatawan tanpa disadari karena tidak adanya unsur paksaan, seperti halnya yang terdapat dalam hegemoni.

Dalam konteks pariwisata saat ini banyak produk yang dihasilkan oleh kegiatan pariwisata. Salah satu produk wisata yang cukup menarik yaitu pariwisata dengan menerapkan nilai-nilai syariah dalam kegiatannya yang sekarang dikenal dengan wisata halal (halal tourism).

Saat ini pariwisata halal mulai banyak diminati para wisatawan baik wisatawan dalam negeri maupun mancanegara. Tak hanya di Indonesia, di negara lain juga sudah banyak mengembangkan wisata halal, baik itu mereka dari mayoritas muslim maupun non-muslim. Contohnya seperti Cina, Thailand, Korea, dll.

Hadirnya istilah wisata halal kini menjadi perbincangan dunia wisata modern. Pada dunia global, kota-kota besar di negara-negara dengan populasi mayoritas masyarakat muslim masih menjadi tujuan utama wisatawan. Dalam dinamikanya, setiap negara terus bersaing dalam usahanya untuk meningkatkan kualitas untuk menarik lebih banyak wisatawan dan pada saat yang sama untuk menunjukkan bahwa negaranya dapat memenangkan persaingan global terutama dalam hal pariwisata.

CEO Crescent Rating & Halal Trip Mastercard Fazal Bahardeen memberi alasan kenapa saat ini banyak negara berlomba-lomba menarik wisatawan negara-negara Islam di luar negeri. Pasalnya, potensi wisata halal cukup besar. Pada tahun 2017, jumlah total perjalanan turis asing Muslim global diperkirakan mencapai 131 juta orang. Pada tahun 2020, jumlahnya diproyeksikan meningkat menjadi 156 juta dan perputaran uang diperkirakan mencapai USD220 miliar. Sehingga membuat negara-negara di dunia terus berkembang pada sektor pariwisata halal untuk menarik wisatawan. Salah satu upaya negara yang konsisten untuk mengembangkan pariwisata halal adalah Indonesia.

Dulunya pariwisata halal Indonesia disebut dengan istilah wisata syariah, namun pada agustus 2016 lalu Kementrian Pariwisata Indonesia mulai merubah istilah tersebut menjadi pariwisata halal dengan kampanye yang bertagline “Halal Tourism Indonesia” seperti yang dikenal banyak orang hingga sekarang.

Dalam data Produk Domestik Bruto (PDB) kunjungan wisatawan asing di tahun 2014 hingga 2018 tercatat sekitar 14% wisatawan yang datang ke Indonesia di bandingkan dengan tahun sebelumnya. Karena di sekitaran tahun 2009 hingga 2013, wisatawan yang datang hanya mencapai 9% saja. Adapun pendapatan devisa tahun 2014 mencapai 120 triliun rupiah dan di tahun 2019 diperkirakan devisanya mencapai 240 triliun rupiah (Bappenas, 2014).

Dari waktu ke waktu, perkembangan trend pariwisata di Indonesia di nilai positif oleh para wisatawan. Di tahun 2015 lalu PDB nasional mencapai 10% dengan nominal tertinggi di ASEAN. Devisa pariwisata memiliki nilai 1 juta dolar di tahun 2015 dengan nilai pencapaian 1,7 dolar. Sektor tersebut juga memberikan sumbangan yang cukup baik dalam membuka lapangan pekerjaan, sektor pariwisata menyumbang hingga 9,8 juta lapangan pekerjaan (Dr. M. Iqbal Alamsjah, 2016).

Perolehan devisa dari kehadiran wisatawan mancanegara ke Indonesia dalam beberapa tahun terakhir ini melampaui aliran pemasukan devisa baik dari utang negeri pemerintah maupun dari penanaman modal asing (Pesona Indonesia, 2017). Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia mencatat bahwa jumlah angka kunjungan wisatawan mancanegara datang ke Indonesia di bulan oktober 2019 berjumlah 1.354.396 kunjungan atau mengalami peningkatan sebesar 4,86% dibandingkan periode yang sama di bulan oktober 2018 yang berjumlah 1.291.605 kunjungan (Pesona Indonesia, 2019).

Indonesia kaya akan destinasi alam yang dimiliki tiap pulaunya. Destinasi wisata yang banyak dikenal dunia seperti di Bali, Lombok, NTT, Yogyakarta, Jakarta, Aceh dll. Diantara semua destinasi tersebut, Lombok menjadi lokasi populer yang didatangi oleh wisatawan local maupun mancanegara untuk di jadikan tempat wisata halal. Di Nusa Tenggara Barat (NTB) khususnya di Lombok memiliki potensi kekayaan yang sangat besar untuk dijadikan destinasi wisata alam serta akan budayanya. Salah satu majalah wisata terkemuka di Indonesia 'Majalah Venue' mencatat bahwa pulau Lombok termasuk dalam lima besar destinasi wisatawan terfavorit setelah Bali, Jakarta, NTT (Komodo) dan Yogyakarta (Badan Pusat Statistik, 2017).

Selain itu, Lombok juga mendapatkan World's Best Halal Honeymoon Destination dan World Best Halal Tourism Destination dalam acara The World Halal Travel Summit/Exhibition di Abu Dhabi tahun 2015 lalu. Hal tersebut memberikan dampak yang sangat bagus bagi Indonesia terutama di Lombok sendiri. Karena para wisatawan terus berdatangan mengunjungi Lombok. Berdasarkan data dari Dinas Kebudayaan dan

Pariwisata (Disbudpar) NTB, peningkatan wisatawan mencapai 50%. Hal tersebut sangat menguntungkan bagi Indonesia dalam devisa negaranya.

Dengan terlihatnya prestasi demi prestasi yang diraih oleh Indonesia dalam ajang pariwisata halal, hal tersebut membuat wisata halal yang ada di seluruh Indonesia menjadi semakin bergengsi dan semakin dikenal secara global.

Global Muslim Travel Index (GMTI) 2017 menempatkan Indonesia pada peringkat ke-3 dengan skor 72,3 di bawah Malaysia dan Uni Emirat Arab. Ini berarti Indonesia dipersepsikan cukup baik sebagai destinasi wisata ramah muslim. Dari 20 negara peringkat teratas, ada 3 negara non anggota OKI (Organisasi Kerjasama Islam) yaitu Singapore peringkat ke 10, Thailand peringkat ke 18 dan Inggris peringkat ke 20 (GMTI, 2017).

GMTI atau Studi Indeks Wisata Muslim Global 2017 merupakan kerjasama Mastercard dan perusahaan otoritas travel CrescentRating. GMTI menilai 130 destinasi wisata berdasarkan empat kriteria utama, yaitu akses, komunikasi, lingkungan dan layanan. Empat kriteria tersebut dibagi lagi menjadi sebelas sub bagian. Mulai dari kedatangan muslim, konektivitas udara, batasan visa, kesesuaian sebagai tujuan libur, keluarga, kemudahan komunikasi, tingkat layanan dan fasilitas yang disediakan, pilihan akomodasi dan inisiatif pemasaran (GMTI, 2017).

Tak hanya Lombok yang pernah mendapatkan penghargaan bergengsi dalam ajang pariwisata halal, namun ada Aceh dan Sumatra pula yang pernah memenangkan penghargaan dalam ajang yang serupa untuk membawa nama Indonesia.

Selain itu, potensi yang dapat dikembangkan dari pariwisata halal tersebut yaitu kedepannya dapat dinilai menjanjikan apalagi jika dipautkan dengan pendapatan asli daerah. Konsep yang telah dirancang kedepannya juga akan menjadi bisnis yang banyak dilirik oleh para pembisnis wisata, baik itu secara swasta maupun pemerintah daerah.

Adanya nilai-nilai keislaman dalam pariwisata halal ini memiliki kesadaran tinggi untuk saling menghormati walaupun yang menikmati akses pariwisata halal ini bukan hanya muslim saja melainkan non-muslim juga. Dan nilai-nilai yang ada juga didukung oleh kesadaran yang tinggi akan kehalalan suatu produk. Kondisi tersebut menjadikan pariwisata halal memiliki banyak potensi besar untuk dikembangkan melihat permintaan pasar yang ada (Achmad, 2019).

Dengan adanya prestasi-prestasi yang telah diraih Indonesia seperti yang telah dijelaskan diatas bahwa Indonesia dapat mengembangkan kerjasama dengan negara lain dalam berbagai macam aspek. Selain itu, Indonesia juga mulai diakui oleh banyak negara dalam potensi pariwisata halal. Indonesia menampilkan citra baiknya kepada seluruh

negara dan memberikan banyak dampak positif baik untuk Indonesia sendiri maupun mancanegara. Dalam hal tersebut, Indonesia dapat mencapai pendapatan ekonomi dan juga menjadikannya sebagai ajang eksistensi Indonesia sendiri.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang muncul yaitu mengapa Pemerintah Indonesia merasa perlu mengkampanyekan wisata halal?

## **C. Kerangka Berfikir**

Untuk menganalisis permasalahan yang dibahas oleh penulis sebelumnya di latar belakang masalah, maka penulis menggunakan kerangka dasar pemikiran berupa teori ataupun konsep yang dipakai guna untuk memahami fenomena serta menjawab pokok permasalahan. Prof. Dr. Mohtar Mas'ood menjelaskan bahwa teori adalah suatu pandangan atau persepsi tentang apa yang terjadi (Yudith, 2014). Sedangkan konsep merupakan abstraksi yang mewakili suatu objek. Sehingga, kerangka dasar pemikiran yang dipakai oleh penulis untuk menjelaskan fenomena dari permasalahan tersebut adalah:

### **1. Kepentingan Nasional (National Interest)**

Dalam kepentingan nasional peran 'negara' sebagai aktor yang mengambil keputusan dan memerankan peranan penting dalam pergaulan internasional berpengaruh bagi masyarakat dalam negerinya. Demikian pentingnya karena ini yang akan menjadi kemaslahatan bagi masyarakat Indonesia dalam membangun citra negaranya melalui diplomasi kebudayaannya sehingga mampu mendapatkan pengakuan kredibilitas dari dunia internasional.

Thomas Hobbes menyimpulkan bahwa negara dipandang sebagai pelindung wilayah, penduduk, dan cara hidup yang khas dan berharga. Demikian karena negara merupakan sesuatu yang esensial bagi kehidupan warga negaranya. Tanpa negara dalam menjamin alat-alat maupun kondisi-kondisi keamanan ataupun dalam memajukan kesejahteraan, kehidupan masyarakat jadi terbatas. Sehingga ruang gerak yang dimiliki oleh suatu bangsa menjadi kontrol dari sebuah negara.

Kepentingan nasional tercipta dari kebutuhan suatu negara. Kepentingan ini dapat dilihat dari kondisi internalnya, baik dari kondisi politik-ekonomi, militer, dan sosial-budaya. Kepentingan juga didasari akan suatu 'power' yang ingin diciptakan sehingga negara dapat memberikan dampak langsung bagi pertimbangan negara agar dapat pengakuan dunia. Peran suatu negara dalam memberikan bahan sebagai dasar dari kepentingan nasional tidak dipungkiri akan menjadi kacamata masyarakat internasional

sebagai negara yang menjalin hubungan yang terlampir dari kebijakan luar negerinya. Dengan demikian, kepentingan nasional secara konseptual dipergunakan untuk menjelaskan perilaku politik luar negeri dari suatu negara (Sitepu, 2011).

Setiap tindakan yang dilakukan oleh setiap aktor memiliki tujuan dan tujuan tersebut mengarah kepada kepentingan nasional. Hal ini terlihat bagaimana Indonesia menggunakan *soft power* dengan mengeluarkan budayanya dan menjadikan Indonesia sendiri sebagai destinasi wisata terbaik khususnya wisata halal dan dapat dikenal oleh mancanegara.

Konsep Kepentingan Nasional suatu hal yang penting untuk diperhatikan karena dapat dilepaskan dari prinsip tata pemerintahan yang baik. Kepentingan Nasional merupakan akses kebutuhan dalam negeri yang kemudian terjebak pada kebijakan politik luar negeri.

Menurut Jack C. Plano dan Roy Olton, Kepentingan Nasional adalah tujuan mendasar serta faktor yang paling menentukan yang memandu para pembuat keputusan dalam merumuskan politik luar negeri, kepentingan nasional merupakan konsepsi umum, tapi merupakan unsur yang menjadi kebutuhan sangat vital bagi negara. Unsur tersebut mencakup kelangsungan hidup bangsa dan negara, kemerdekaan, keutuhan wilayah, keamanan militer, dan kesejahteraan ekonomi (Jack C. Plano, 1982).

Hal tersebut dapat diartikan bahwa kasus politik luar negeri dapat menjadi masalah dalam kelangsungan hidup, masalah keamanan, masalah ekonomi, ataupun politik suatu negara bangsa. Masalah-masalah tersebut dapat menjadi masalah politik luar negeri apabila penyelesaiannya memerlukan dimensi luar negeri. Dan apabila kekuatan nasional negara bangsa yang bersangkutan tidak dapat menyelesaikannya.

Arah dan tujuan dari adanya Kepentingan Nasional Indonesia yaitu untuk kelangsungan hidup bangsa dan negara melalui peningkatan citra Indonesia dengan media pariwisata halal. Hal tersebut dilakukan karena selain untuk meningkatkan citra bangsa dan negara, dilakukan pula untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi negara Indonesia. Dengan menggunakan wisata halal tersebut, Indonesia dapat mencapai kepentingan nasionalnya yang merupakan tujuan dari pelaksanaan politik luar negerinya.

Dari konsep kepentingan nasional dalam dimensi wisata halal tersebut memunculkan pembangunan pariwisata kemudian berkembang menjadi pariwisata halal dan perkembangannya menjadi sebuah trend di dunia internasional. Selain itu juga ada potensi untuk kedepannya. Seperti pendapatan daerah asli wisata yang

bersangkutan dapat menjanjikan dan dapat menjadi lahan bisnis, baik secara swasta maupun pemerintah daerah.

## **2. Diplomasi Publik**

Seiring dengan banyaknya polemik-polemik yang terjadi di tiap negara, maka isu-isu tersebut tak jauh dari isu hubungan internasional. Sehingga hal tersebut membuat aktivitas diplomasi terus berkembang. Dan tak hanya isu antar suatu negara dengan negara lain melainkan isunya mencakup dalam lingkup yang lebih luas seperti antara masyarakat internasional atau diplomasi tradisional termasuk dalam konten diplomasi publik.

Makna dari diplomasi publik itu sendiri adalah sebuah proses komunikasi pemerintah terhadap publik mancanegara yang tujuannya untuk memberikan pemahaman atas sikap, negara, budaya, kepentingan nasional, institusi, dan kebijakan-kebijakan yang diambil oleh negara. Diplomasi publik juga dapat disebut sebagai soft power karena diplomasi publik jauh dari kata perdebatan kontemporer diplomasi publik pada masa perang dingin (Tuch H. N., 2004).

Diplomasi publik berhubungan dengan upaya untuk mempengaruhi sikap publik yang ada dalam dimensi hubungan internasional. Dimensi tersebut yaitu termasuk kepada penanaman opini publik dari pemerintah kepada masyarakat dari negara lain. Selain itu juga dapat disebut sebagai interaksi kepentingan suatu kelompok dari negara asal ke negara lain. Secara singkat arti dari diplomasi publik adalah perubahan dan pengaruh terhadap perilaku diplomasi.

Diplomasi publik juga didefinisikan sebagai sebuah usaha dimana negara berusaha untuk mempengaruhi opini dari publik maupun pemimpin di negara lain dengan tujuan untuk mencapai tujuan kebijakan luar negeri (Manheim, 1990). Hal ini juga terkait dengan proses komunikasi dari pemerintah sebuah negara kepada publik di negara yang lain dengan mengirim pesan tentang pemikiran atau kebijakan negara tersebut (Tuch H. , 1990).

Selain itu, tercatat dalam buku Mark Leonard yang berjudul “Publik Diplomacy” yang mengatakan bahwa diplomasi publik merupakan sebuah cara untuk membangun hubungan dengan cara memahami kebutuhan, budaya, dan masyarakat, mengkomunikasikan pandangan , membenarkan mispersepsi yang ada dalam masyarakat internasional, mencari area dimana pemerintah dapat menemukan kesamaan pandangan (Leonard, 2002).

Dari semua penjelasan diatas menunjukkan bahwa pariwisata dapat menjadi sebuah cara berdiplomasi publik dalam rangka meningkatkan hubungan dari negara Indonesia ke negara lain. Pariwisata adalah sebuah industry yang melibatkan banyak masyarakat dunia untuk melakukan pergerakan diplomasi publik, baik itu secara langsung maupun tidak langsung. Jadi, yang sebenarnya diinginkan dari aktifitas diplomasi publik melalui pariwisata halal tersebut yaitu Indonesia ingin membentuk gambaran positif negaranya terhadap negara lain.

Hal nyata dari diplomasi publik yang di lakukan Indonesia dalam pengembangan pariwisata halal yaitu dalam bentuk kampanye politik dengan mengatur segala macam bentuk pesan-pesan yang ingin disampaikan dan merancang segala aktifitas yang ingin dilakukan dalam berkampanye tersebut. Hal tersebut ditunjukkan kepada seluruh masyarakat, baik itu dari organisasi non pemerintah, perusahaan dan individu.

Dengan diadakannya kampanye tersebut, tujuannya untuk membentuk persepsi suatu negara secara keseluruhan dengan tidak membedakan institusi dalam meaksanakan tanggung jawabnya terhadap bidang-bidang seperti politik, perdagangan, pariwisata, investasi dan hubungan budaya. Hal tersebut dapat bermanfaat pada pengembangan ekonomi, namun dilihat dengan adanya lingkungan yang berinvestasi dan memiliki tujuan pariwisata dalam negara yang aman atau tidak.

Dengan demikian, diplomasi publik menjadi salah satu alat pemerintah Indonesia untuk meningkatkan citra Indonesia di dunia global dan untuk menarik lebih banyak lagi para wisatawan global untuk datang ke Indonesia dan khususnya pada wisata halal. Dan menjadikan wisata halal Indonesia menjadi wisata halal terbaik di dunia.

#### **D. Hipotesa**

Berdasarkan rumusan masalah dan kerangka berfikir yang telah dijelaskan, maka penulis mengambil hipotesa bahwa faktor-faktor yang mendorong adanya kampanye “Halal Tourism Indonesia” tahun 2016 adalah :

1. Pemerintah merasa perlu mengkampanyekan wisata halal karena untuk meningkatkan citra Indonesia di kancah global dan juga untuk menarik lebih banyak lagi wisatawan global untuk datang ke Indonesia khususnya pada pasar wisata halal.

#### **E. Jangkauan Penelitian**

Pada karya tulis ini penulis memberikan jangkauan penelitian yaitu pada masa pemerintahan Joko Widodo tahun 2016 dan tiga tahun sebelumnya. Karena menurut penulis dalam jangka waktu tersebutlah masa pariwisata halal tersebut mulai berkembang



dan semakin berkembang. Dan penulis juga membatasi jangkauan penelitiannya terhadap macam-macam pariwisata, karena pariwisata yang akan di bahas oleh penulis adalah pariwisata halal.

## **F. Metode Penelitian**

### 1. Metodologi

Metodologi penulisan yang digunakan dalam karya ilmiah ini adalah metode deskriptif untuk menggambarkan sector pariwisata halal sebagai instrument diplomasi publik.

### 2. Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder dari buku, artikel, jurnal dan sumber internet.

### 3. Pengumpulan dan Analisis Data

Adanya karya ilmiah ini, data akan dikumpulkan dari penelitian perpustakaan dalam bentuk buku atau sumber internet. Data akan dianalisis dengan menggunakan metode kualitatif serta menganalisis situasi saat ini dan sejarah berdasarkan sumber tertulis.

### 4. Lingkup Penelitian

Penulis akan melakukan penelitian yang lebih mendalam pada tahun 2016 dan tiga tahun sebelumnya atau tiga tahun setelahnya.

## **G. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini antara lain:

1. Menjelaskan mengapa Indonesia memilih mengadakan kampanye yang bertagline “Halal Tourism Indonesia” untuk membangun citra pariwisata halal Indonesia ke mancanegara.
2. Untuk mengetahui peluang Indonesia dalam memenangkan persaingan pasar global dalam ajang pariwisata halal dan membangun nation branding Indonesia.
3. Untuk melengkapi tugas akhir sebagai syarat memperoleh gelar S1 pada Program Studi Ilmu Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

## **H. Sistematika Penulisan**

Dalam menyusun skripsi ini terdapat 5 bab utama untuk menjelaskan topik skripsi. Kemudian di dalam bab utama terdapat sub bab yang diharapkan mampu lebih memperinci

bab utama. Hubungan antar bab di dalam skripsi ini ditulis secara sistematis agar memudahkan pembaca memahami isi skripsi, sebagai berikut:

### **BAB I**

Dalam bab ini menguraikan tentang pendahuluan yang berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, kerangka berfikir, hipotesa, jangkauan penelitian, metode penelitian, tujuan penelitian dan sistematika penulisan.

### **BAB II**

Dalam bab ini amejelaskan tentang awal mula adanya sektor pariwisata halal, tujuan dan fungsi serta konsep dari pariwisata halal Indonesia.

### **BAB III**

Dalam bab ini menjelaskan faktor-faktor dalam pengembangan pariwisata halal.

### **BAB IV**

Dalam bab ini menjelaskan jawaban dari hipotesa yaitu keberhasilan Indonesia dalam pemanfaatan sektor pariwisata halal melalui kampanye “Halal Tourism Indonesia”.

### **BAB V**

Dalam bab ini menguraikan kesimpulan dari skripsi yang telah dijelaskan dari bab I sampai bab IV disertai saran sekaligus menjadi bagian akhir dari skripsi.