

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Jepang atau yang biasa di kenal dengan negeri Sakura merupakan negara homogen dimana mayoritas penduduknya menurut data pada tahun 2017 merupakan pemeluk agama Shinto yang menduduki sekitar 70,4% kemudian di susul oleh agama Buddha sebanyak 69,8% lalu agama Kristen sekitar 1,5% dan agama lainnya sekitar 6,9%. (Plecher, 2019). sedangkan agama Islam pun dikenal paling akhir di negara tersebut pada abad ke 19 melalui kota Kobe sebagai gerbang awal masuknya Islam di Jepang lewat para pedagang yang berkumpul di kota tersebut (Handasah, 2016). Walaupun muslim disana minoritas, penduduk Jepang dikenal sangat ramah dan memiliki sikap toleran yang amat tinggi dan memeberikan perhatian yang istimewa terhadap muslim. Fakta ini dapat langsung terlihat dari sikap mereka yang menunjukkan keramahan mereka kepada para imigran muslim dengan menyediakan beberapa fasilitas khusus di berbagai tempat seperti, makanan halal dan musholla di beberapa restoran, peta khusus wisatawan muslim yang berisikan informasi seputar tempat makan yang ramah untuk muslim sendiri serta lokasi masjid dan musholla yang tersebar di Jepang.

Selain terkenal dengan negara yang memiliki teknologi

canggih dan berbagai macam kemajuan yang dimilikinya, Jepang juga memiliki daerah pariwisata yang banyak dan terkenal indah sehingga mampu menarik banyak para wisatawan mancanegara yang datang untuk mengunjunginya, sehingga membuat Jepang fokus untuk mengembangkan industri pariwisata yang dimilikinya, dimana tentu Jepang menyadari sebuah fakta bahwa berwisata telah menjadi bagian penting dari setiap individu, dan manusia sebagai individu memiliki kecenderungan untuk bergerak atau berpindah-pindah dari satu tempat ke tempat lainnya sehingga merasa tidak pernah puas berada di satu tempat, hal inilah yang menjadikan pariwisata adalah jawaban dari masalah tersebut, belum lagi dengan adanya teknologi yang menambah kemudahan manusia untuk berpindah tempat dengan cepat dari satu daerah ke daerah lain seperti mobil, kapal, pesawat dan lain-lain yang ada di zaman sekarang, akan sangat membantu manusia untuk berpariwisata kemanapun. Hal inilah yang kemudian mampu meningkatkan perkembangan industri pelayanan pariwisata secara global dengan pesat terutama 10 tahun terakhir (J.Spillane, 2001)

Pariwisata itu sendiri bisa di katakan adalah suatu bentuk destinasi yang telah dikerjakan oleh seseorang dalam kurun waktu tertentu dari satu tempat ke bagian tempat lainnya disertai adanya perencanaan yang dilakukan sebelumnya, dimana bertujuan tidak lain untuk rekreasi atau untuk belajar

beberapa budaya dari suatu daerah. Pariwisata bisa juga bermakna sebagai sebuah bentuk kegiatan perjalanan dari titik ke titik lainnya bertujuan untuk memenuhi Hasrat dalam berekreasi atau bersenang-senang kemudian kembali pulang.

World Tourism Organization /WTO (1999) mendefinisikan pariwisata sebagai kegiatan yang dilakukan manusia berupa perjalanan dan bisa saja tinggal sementara di daerah tujuan yang berada di luar lingkungan kesehariannya. didalam Undang - Undang RI nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan menjelaskan bahwa wisata merupakan suatu kegiatan perjalanan yang dimana dilakukan oleh individu maupun non individu dengan tujuan untuk mengunjungi ke suatu tempat tertentu yang bertujuan untuk rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari berbagai keunikan daya tarik wisata yang dikunjunginya dalam waktu sementara.

Manfaatnya juga ada berbagai macam, diantaranya seperti Menambah lowongan kesempatan kerja bagi para masyarakat yang bermukim di sekitar objek wisata, sektor pariwisata juga mampu menghargai para penduduk setempat yang menjadi pekerja demi meningkatkan perolehan serta kesejahteraan penduduk, serta meningkatkan roda ekonomi negara berupa perolehan pajak, baik dari para wisatawan mancanegara atau pajak dari fasilitas sosial di daerah objek wisata, dan berbagai manfaat lainnya.

Selain sebagai jawaban atas masalah manusia yang

memiliki sifat berpindah-pindah tempat, sektor pariwisata juga memiliki peran penting dalam pelestarian dan pengembangan budaya, selain itu pariwisata juga dinilai mampu menjadi roda perubahan perekonomian suatu negara.

Dalam perjalanan sektor pariwisatanya, Jepang merupakan salah satu negara pilihan yang memiliki daya tarik tersendiri bagi para wisatawan asing di berbagai belahan dunia. Dengan kemajuan teknologi dan keunikan budayanya, Jepang mampu menarik perhatian negara lain untuk berkunjung ke negaranya. Di sisi lain, dengan didukung adanya kemajuan transportasi yang dimiliki negara Jepang, dapat membantu para wisatawan yang berkunjung untuk lebih mudah menjangkau wilayah-wilayah pariwisata yang mereka inginkan. Hal ini tentu saja menjadi nilai tambah bagi para wisatawan yang ingin berkunjung ke Jepang. Keindahan alam dengan 4 musim di Jepang juga menambah pesona negeri Sakura ini, setidaknya ada 22 objek wisata Jepang yang terdaftar dalam *World Heritage* UNESCO, seperti pulau Yakushima, gunung Fuji, kuil Hiraizumi sampai objek wisata bersejarah seperti Genbaku Dome atau yang biasa dikenal dengan *Hiroshima Peace Memorial* (UNESCO, 2019)

Selama sepuluh tahun terakhir, Pemerintah Jepang telah menyadari betapa penting dan berharganya kehadiran wisatawan Muslim yang jumlahnya kian terus meningkat tiap tahunnya sampai-sampai diperkirakan akan menyentuh angka

200 juta orang pada tahun 2020 dari seluruh dunia, hal ini didasari atas giatnya pemerintah Jepang dalam mempromosikan pariwisata halal. Menurut data setidaknya ada sekitar 24 juta wisatawan asing yang berkunjung ke Jepang dengan tujuan berwisata, bisnis, maupun politik. di tahun 2016 yang mulanya di targetkan akan menyentuh 20 juta orang pada tahun 2020, dan sekitar 700 orang merupakan wisatawan Muslim. Menurut JNTO (Japan National Tourism Organisation) kurang lebih terdapat 271.000 wisatawan muslim Indonesia yang berkunjung ke Jepang pada tahun 2016, sebagai negara dengan total penduduk muslim terbanyak didunia, jumlah ini bisa dikatakan meningkat jika dibandingkan dengan wisatawan muslim Indonesia yang datang ke Jepang pada tahun 2009 yaitu berjumlah sekitar 63.000 orang. Begitu juga dengan negara Malaysia, setidaknya ada 394.000 wisatawan muslim yang berkunjung ke Jepang pada akhir tahun 2016 di bandingkan pada tahun 2009 yang hanya berkisar 89.000.

Hal inilah yang membuat Jepang menyadari bahwa *Halal Tourism* (Wisata halal) merupakan konsep pariwisata yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan. Menurut (Raharjo, 2018) Jepang ingin bersaing dengan merebut pangsa pasar wisata Muslim yang diestimasikan mencapai 320 miliar dolar AS pada tahun 2024 mendatang bersama negara-negara non-Islam lainnya seperti Australia, Thailand, Selandia Baru, Cina, Korea, Singapura, hingga negara-negara Eropa.

Aspek terpenting dalam industri pelayanan Jepang sendiri terletak dalam budaya *omotenashi* yang mereka miliki. Konsep ini merupakan pondasi dalam lahirnya aktifitas masyarakat Jepang yang menjamu pelanggan/ tamu dengan keramah-tamahan serta membantu berbagai macam kebutuhan mereka dengan berbagai cara. Dengan adanya *omotenashi*, kualitas pelayanan terhadap wisatawan dapat terbantu dan meningkat seiring berjalannya waktu, termasuk pelayanan terhadap wisatawan Muslim. Sebuah fakta menunjukkan bahwa Jepang dikenal sebagai negara dengan pelayanan pelanggan (*customer service*) terbaik di dunia, *omotenashi* inilah yang memberikan dampak besar dalam mewujudkan hal tersebut, sebagai contoh, banyaknya minimarket yang tersedia disepanjang jalan, hal ini juga termasuk bagian dari bentuk *omotenashi*, hal ini dimaksudkan karena ada begitu banyaknya turis yang ingin membeli makanan dan minuman. Oleh karena itu, ketersediaan minimarket yang difasilitasi pemerintah ini juga sebagai bentuk pelayanan untuk memudahkan para turis. Toilet umum di Jepang pun juga mempunyai fasilitas pelayanan yang bisa dikatakan sangat memanjakan penggunanya seperti dengan menyediakan penghangat, tombol darurat untuk penyandang cacat dan lainnya.

Awalnya budaya ini dikenal pada momen menyajikan teh di saat penjamuan atau kehadiran tamu. Sapaan yang hangat dan berbicara dengan bahasa formal adalah hal dasar yang dipelajari

oleh tiap pekerja di Jepang untuk melayani pelanggan. sampai pada mini market atau di restoran cepat saji yang diharuskan untuk dapat cepat dalam melayani pelanggan. Hal yang mendasari dibalik lahirnya budaya *Omotenashi* ini adalah sebuah frasa Jepang yang menyentuh yaitu “*Ichigo Ichi-e*”, yang berarti ‘saya sangat amat merasa bersyukur dapat bertemu dengan anda. Oleh karena itu, saya akan berusaha melakukan hal yang terbaik saat ini jikalau kita tidak dapat bertemu kembali di lain kesempatan’. Dahulu di Jepang hanya para petinggi negara sajalah yang dapat menikmati pelayanan terbaik termasuk kepada para samurai yang bertugas melindungi penduduk. Samurai-samurai yang mampir ke kedai-kedai kecil maupun restoran di Jepang normalnya datang dengan membawa sebilah pedang, pelayan pun khawatir seandainya pelayanan yang diberikan akan buruk, para samurai akan marah dan mengamuk . karenanya, setiap pengunjung yang datang, akan dilayani dengan semaksimal mungkin. Kebiasaan ini pun terus berlangsung dari generasi ke generasi hingga sekarang.

Pada penelitian ini, penulis menggunakan judul “Strategi Pemerintah Jepang Dalam Meningkatkan Wisatawan Muslim Indonesia Melalui Program *Halal Tourism*” dikarenakan ketertarikan penulis dengan konsep *Halal Tourism* serta budaya *Omotenashi* yang menjadi dasar dalam perkembangan wisata halal di Jepang serta JNTO sebagai pusat informasi yang disediakan oleh Jepang di 22 negara termasuk di Indonesia

sebagai pusat informasi pariwisata Jepang. Melalui kepentingannya dengan negara berpenduduk Islam di bidang ekonomi dan budaya, Jepang akhirnya mengenalkan konsep “*Halal Tourism*” kedalam salah satu pilihannya bagi para wisatawan muslim yang akan berkunjung kesana, dan konsep ini juga sejalur dengan budaya Jepang yaitu “*Omotenashi*” sehingga akan membuat para wisatawan muslim khususnya dari Indonesia betah serta tidak perlu khawatir lagi untuk berkunjung dan harus waspada terhadap berbagai macam makanan dan tempat tinggal yang tidak halal atau sesuai syari’at di sana. Selain itu, penulis juga akan menjabarkan berbagai macam strategi yang digunakan oleh Jepang dalam menerapkan konsep *Halal Tourism* yang diterapkan disana.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang dapat dibahas dalam penelitian ini adalah “Bagaimana Strategi Pemerintah Jepang Dalam Meningkatkan Wisatawan Muslim Mancanegara?”

C. Tujuan Penulisan

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Sebagai syarat kelulusan dalam perkuliahan dan mendapatkan gelar sarjana Ilmu Hubungan Internasional di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Menerapkan Ilmu pengetahuan yang telah didapat

penulis selama menempuh pendidikan Ilmu Hubungan Internasional melalui studi kasus “ Strategi Pemerintah Jepang Dalam Meningkatkan Wisatawan Muslim Mancanegara Melalui Program *Halal Tourism* “.

3. Menjelaskan mengenai Halal Tourism merupakan konsep baru dalam dunia industri pariwisata.

4. Menjelaskan mengenai strategi Jepang sebagai negara minoritas Muslim yang menerapkan *Halal Tourism* sebagai kebijakan pariwisata di negaranya.

5. Memperkaya referensi pengetahuan di program studi Ilmu Hubungan Internasional Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, terutama dalam mata kuliah yang terkait, yakni Politik dan Pemerintahan Jepang, Masalah Dunia Islam dan Diplomasi Kebudayaan.

D. Kerangka Berpikir

Halal Tourism secara global memiliki beberapa istilah lain seperti *Islamic Tourism*, *Muslim Friendly Tourism* atau Wisata Syariah. Menurut Carboni et al. (2014) dalam artikel yang ditulis oleh Mohamed Battour dan Mohd Nazari Ismail menyebutkan bahwa pengertian dari *Islamic Tourism* ialah pariwisata yang sesuai dengan Islam, yang melibatkan orang – orang muslim yang tertarik untuk menjaga kebiasaan agama mereka saat berpergian, selain itu *islamic tourism* tidak hanya

dibatasi untuk tujuan agama dan tidak hanya mencakup negara-negara muslim saja (Mohamed Battour, 2015)

Halal tourism merupakan jenis pariwisata yang senada namun tak semakna dengan kedua konsep yang telah tertera di atas, dimana *halal tourism* atau pariwisata halal berasal dari dua kata yaitu “wisata” dan “halal”. Kata wisata sendiri merujuk pada kegiatan berekreasi ke berbagai tempat wisata untuk mendapatkan kesenangan maupun menambah ilmu pengetahuan dan lain-lain, sedangkan kata halal berasal dari bahasa Arab yang bermakna “diperbolehkan”. Dalam Islam, konsep halal tidak hanya berkaitan dengan produk makanan/minuman, melainkan semua aspek dalam kehidupan orang Islam baik laki-laki maupun perempuan. Konsep ini mengharuskan umat Islam untuk hanya mengonsumsi produk yang diijinkan/dibolehkan sesuai dengan ajaran agama, termasuk produk makanan/ minuman, perbankan dan finansial, pariwisata, kosmetik, pekerjaan, dan lain-lain (El-Gohary, 2010).

Di dalam Al-quran Allah Subhanahu wa ta'ala berfirman:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ ۚ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ ﴿١٦٨﴾ إِنَّمَا يَأْمُرُكُمْ بِالسُّوءِ وَالْفَحْشَاءِ وَأَنْ تَقُولُوا عَلَى اللَّهِ مَا لَا تَعْلَمُونَ ﴿١٦٩﴾

“Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti

langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu. Sesungguhnya syaitan itu hanya menyuruh kamu berbuat jahat dan keji, dan mengatakan terhadap Allah apa yang tidak kamu ketahui.” [al-Baqarah/2:168-169]

Ayat ini menjelaskan bahwasanya Allah Azza wa Jalla menyeru kepada seluruh umat manusia, baik yang beragama Islam ataupun kepada mereka yang bukan pemeluk agama Islam. Allah Azza wa Jalla dalam ayat ini mempersilahkan kepada mereka untuk memakan apa saja yang ada di bumi, baik berupa biji-bijian, bebuahan, dan sayur mayur, serta daging hewan dan binatang dengan dua kriteria yaitu yang *حلالاً* (yang dihalalkan bagi mereka), bukan berupa barang yang diharamkan atau diperoleh melalui cara yang haram seperti berjudi, mencuri dan lainnya. Dan yang kedua, *طَيِّباً* (yang baik), maksudnya yaitu tidak tergolong barang yang buruk dan bersifat merusak tubuh seperti bangkai, darah, daging babi dan barang-barang bersifat buruk lainnya. Yang di maksud sesuatu yang halal adalah segala yang diizinkan atau yang diperbolehkan untuk dikonsumsi oleh Allah bagi manusia. Sementara makna *thayyib*, berupa segala yang suci, dan tidak najis serta tidak tergolong kedalam makanan yang menjijikkan untuk dimakan. Sehingga, makanan maupun minuman tersebut baik untuk dikonsumsi, serta tidak membahayakan tubuh juga

akal manusia.

Pada ayat lain, Allah Azza wa Jalla memberikan perintah khusus kepada kaum mukminin yang semakna dengan ayat yang sebelumnya dengan berfirman :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُلُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَاشْكُرُوا لِلَّهِ إِن كُنتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ
(١٧٢)

“Hai orang-orang yang beriman, makanlah di antara rezeki yang baik-baik yang Kami berikan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika benar-benar hanya kepada-Nya kamu beribadah” [al-Baqarah/2:172].

Jika ayat ini ditelisik lebih dalam, perintah untuk mengkonsumsi makanan yang dimaksud di dalamnya hanya mempersyaratkan makanan yang baik dan layak saja, tidak menyinggung status halalness. Hal ini disebabkan oleh keimanan yang tertanam pada diri seorang Mukmin dapat berpengaruh dalam menghalanginya mengambil sesuatu yang tidak halal. Allah Azza wa Jalla memberikan pilihan secara bebas bagi manusia untuk memilih makanan dan minuman lantaran makanan yang diharamkan dalam Islam jauh lebih sedikit ketimbang yang dihalalkan.

(COMCEC, 2016) atau dikenal sebagai Komite Tetap Kerjasama Ekonomi dan Komersial Organisasi Kerjasama Islam menyebut *halal tourism* dengan istilah Muslim Friendly Tourims (MFT) dan mendefinisikannya sebagai :

“*Halal conscious travelers, traveling for any purpose, which is Halal (permissible).*”. *Halal tourism* merupakan jenis pariwisata yang senada namun tak semakna dengan kedua konsep yang telah tertera di atas, dimana *halal tourism* atau pariwisata halal berasal dari dua kata yaitu “wisata” dan “halal”. Kata wisata sendiri merujuk pada kegiatan berekreasi ke berbagai tempat wisata untuk mendapatkan kesenangan maupun menambah ilmu pengetahuan dan lain-lain, sedangkan kata halal berasal dari bahasa Arab yang bermakna “diperbolehkan” . Dalam Islam, konsep halal tidak hanya berkaitan dengan produk makanan/minuman, melainkan semua aspek dalam kehidupan orang Islam baik laki-laki maupun perempuan. Konsep ini mengharuskan umat Islam untuk hanya mengonsumsi produk yang diijinkan/dibolehkan sesuai dengan ajaran agama, termasuk produk makanan/ minuman, perbankan dan finansial, pariwisata, kosmetik, pekerjaan, dan lain-lain (El-Gohary, 2010).

Pada dasarnya wisata halal merupakan wisata yang diperbolehkan oleh Allah SWT karena memiliki unsur untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT. Untuk itu sebelum memutuskan berwisata, maka menjadi hal yang penting dan utama bagi seorang Muslim untuk lebih memprioritaskan wisata halal daripada wisata konvensional.

Negara Jepang sendiri pada saat ini telah menerapkan konsep *Halal Tourism* di negaranya, dimana pemerintah Jepang

telah membantu para *Muslim traveller* dengan menyediakan daftar masjid maupun musholla yang jumlahnya kian terus bertambah, informasinya juga di permudah dengan adanya internet sehingga memungkinkan para *Muslim traveller* dengan mudah menemukan lokasi-lokasinya di setiap titik negara tersebut. Begitu juga dengan informasi toko makanan halal dan juga hotel dengan konsep *Muslim Friendly*. Pemerintah Jepang juga tak luput melirik wisata halal dari sektor kulinernya, sehingga pemerintah setempat berupaya mulai melakukan sertifikasi halal, dan secara rutin mengadakan berbagai seminar bagi pengusaha hotel dan juga restoran mengenai tata cara menyediakan makanan halal bagi pendatang muslim. Restoran halal dan hotel *Muslim Friendly* saat ini juga sudah cukup banyak bisa ditemui di berbagai kota di Jepang belum lagi dengan adanya kemudahan internet menjadikan para wisatawan muslim tidak lagi kebingungan dalam mencari *spot* yang ramah muslim. Komitmen pemerintah Jepang dalam membuat wisatawan muslim merasa nyaman dapat dirasakan langsung oleh wisatawan dengan tersedianya tempat untuk shalat di berbagai lokasi strategis. Sebagai contoh, para pendatang dapat menemukannya langsung di Kansai International Airport dan di beberapa bandara besar lainnya. Begitu juga dengan hotel-hotel di Jepang, tak sedikit yang mulai menyediakan ruang khusus untuk beribadah dan makanan halal bagi wisatawan muslim. Aspek terpenting lainnya dalam industri pelayanan Jepang

terdapat pada konsep *omotenashi*. Konsep ini didasari pada aktifitas masyarakat Jepang dalam menjamu pelanggan/tamu yang dipenuhi dengan keramahtamahan serta membantu berbagai macam kebutuhan mereka dengan berbagai cara. Dengan adanya *omotenashi*, kualitas pelayanan terhadap wisatawan dapat terbantu dan meningkat seiring berjalannya waktu, termasuk pelayanan terhadap wisatawan Muslim. Konsep *omotenashi* ini layak nya ruh dari industri jasa yang menempatkan pelanggan sebagai poin penting. Di industri pariwisata, konsep inilah yang dipercaya menjadi dasar bagi Jepang untuk terus meningkatkan pelayanan terhadap wisatawan, termasuk pelayanan bagi wisatawan Muslim. Kenaikan jumlah wisatawan Muslim tentunya mendorong pelaku bisnis pariwisata untuk memberikan pelayanan berbasis *omotenashi* yang sesuai agar wisatawan Muslim sebagai tamu dapat merasakan kebahagiaan, kegembiraan, dan kesenangan selama berada di Jepang.

E. Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, penulis dapat menarik hipotesa atau jawaban sementara sebagai berikut: Strategi Pemerintah Jepang dalam meningkatkan wisatawan Muslim Indonesia adalah:

1. Jepang menggunakan *Omotenashi* sebagai konsep dasar dalam menerapkan *Halal Tourism* di Jepang.

2. Jepang menyediakan pusat layanan informasi atau yang dikenal sebagai JNTO (Japan National Tourism Organization) di berbagai negara terkait informasi seputar *Halal Tourism* dan berbagai fasilitas lainnya demi menarik wisatawan Muslim Mancanegara.

F. Batasan Penelitian

Pada penelitian ini penulis berfokus pada data antara tahun 2016 – 2019 dengan beberapa alasan :

1. Pada 2016 ada sekitar 271 ribu turis Indonesia yang datang ke Jepang dimana kunjungan ini meningkat drastis dibandingkan pada tahun 2009 yang hanya berjumlah 63 ribu
2. Pada 17 April 2019 Halal Japan Association mengumumkan mark atau logo untuk turis Muslim dan Vegetarian, pada acara Premium Food Show. Asosiasi ini merupakan perusahaan yang mendukung pemasaran untuk bisnis halal di Jepang.

G. Metodologi Penelitian

Dalam melakukan penelitian terkait “Strategi Pemerintah Jepang Dalam Meningkatkan Wisatawan Muslim Mancanegara Melalui Program *Halal Tourism*”, penulis menggunakan metode deskriptif analitis atau yang biasa dikenal dengan studi pustaka. Studi pustaka merupakan langkah awal dalam metode

pengumpulan data. Studi pustaka sendiri merupakan suatu metode dalam pengumpulan data yang menjurus kepada pencarian data dan sumber informasi melalui dokumen-dokumen, baik dokumen secara tertulis, foto-foto, gambar, maupun berupa dokumen elektronik yang dapat mendukung dalam proses penulisan. “Hasil penelitian juga akan semakin kuat apabila didukung foto-foto atau karya tulis akademik dan seni yang telah ada.” (Sugiyono, 2005)

H. Sistematika Kepenulisan

Sistematika dalam kepenulisan ini terdiri dari 5 bab yang dapat digunakan untuk mendapatkan gambaran yang jelas mengenai keseluruhan isi penulisan penelitian. Kelima bab tersebut yaitu pendahuluan, objek penelitian, pembahasan, tinjauan pustaka dan penutup dengan rincian sebagai berikut

BAB I atau pendahuluan berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penulisan, kerangka berfikir, hipotesis, batasan penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II Berisi tentang dinamika hubungan Jepang dan Indonesia melalui jalur perdagangan, ekonomi dan pariwisata

BAB III Berisi tentang deskripsi *Halal Tourism* sebagai sebuah konsep yang digunakan Jepang dalam menarik dan meningkatkan wisatawan muslim, khususnya Indonesia.

BAB IV Berisi tentang penjelasan mengenai strategi

Jepang dalam menerapkan *Halal Tourism* untuk menarik wisatawan muslim Mancanegara dari tahun 2016-2019 beserta keefektifan strategi tersebut. Strategi yang dilakukan Jepang ialah dengan menggunakan konsep *Omotenashi* sebagai aspek terpenting dalam industri pelayanan Jepang dimana menempatkan pelanggan sebagai poin terpenting, dengan adanya *Omotenashi*, membuat kualitas pelayanan terhadap wisatawan meningkat dari waktu ke waktu, termasuk pelayanan terhadap wisatawan muslim yang Jepang saat ini terapkan sebagai *Halal Tourism* dinegaranya. Dan pada bab ini juga menjelaskan upaya yang dilakukan Jepang untuk meningkatkan wisatawan muslim di Mancanegara sendiri, yaitu dengan menyediakan pusat layanan informasi atau yang dikenal sebagai JNTO (Japan National Tourism Organization) di berbagai negara sebagai kantor cabang yang bertugas mempromosikan wisata ke Jepang, memberikan informasi dan layanan kepada calon wisatawan yang ingin mendapatkan informasi seputar pariwisata di Jepang, dan juga informasi seputar *Halal Tourism* dan berbagai fasilitas lainnya demi menarik wisatawan Muslim mancanegara.

BAB V Pada bab terakhir dari penelitian ini berisi tentang kesimpulan dan jawaban akhir rumusan masalah dari penelitian ini. Kemudian, bab ini juga berisi tentang rekomendasi dan saran tentang kekurangan dari penelitian yang telah dibuat.