

BAB I

PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis memaparkan gambaran singkat pendahuluan terkait strategi the Tourism Authority of Thailand (TAT) dalam menggaet wisatawan muslim. Bab ini juga berfokus pada penjelasan dinamika Thailand di sektor pariwisata secara singkat. Penulis mengangkat kasus ini dengan harapan agar semakin luas dan beragamnya pembahasan mengenai strategi yang dilakukan oleh negara sebagai wujud terciptanya kepentingan nasional dalam meningkatkan rasa kepercayaannya kepada wisatawan muslim melalui *Halal Tourism*. Bab ini berisikan penjelasan terkait latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kerangka konseptual, hipotesa, metode penelitian, jangkauan penelitian, dan sistematika penulisan.

A. Latar Belakang Masalah

Thailand merupakan salah satu negara anggota ASEAN (Association of South East Asian Nations) dengan jumlah penduduk pada tahun 2020 adalah 66,9 juta orang (Wulandari, 2021). Thailand adalah negara yang paling banyak beragama Buddha di dunia. Sekitar 93,6% dari penduduk di Thailand adalah Buddhis (hampir semuanya Buddhis Theravada) dan sekitar 4,6% penduduknya beragama Islam. Sebagai negara yang memiliki agama dengan dominasi Budha, pemerintah Thailand sempat mendiskreditkan pengadilan muslim yang menuntut seluruh pelajar/mahasiswa untuk memberikan penghormatan pada patung Buddha meskipun tidak memeluk agama Buddha. Apabila ada seseorang yang melanggar, pemerintah Thailand tidak segan dalam menindak lanjuti hukuman dan sanksi tegas yang berujung pada penyiksaan.

Islam di Thailand memiliki riwayat perjalanan tersendiri yang dapat dikatakan rumit dan berliku.

Proses masuknya Islam di Thailand dimulai sejak kerajaan Siam mengakui sisi kerajaan Pattani Raya (atau lebih dikenal oleh penduduk muslim Thailand sebagai Pattani Darussalam). Problematika bermula pada tahun sejak 1906 perjanjian Inggris-Siam secara resmi mengambil alih negara-negara di Melayu Utara: Pattani, Narathiwat, Songkhla, Satun dan Yala, yang kemudian menjadi provinsi di Thailand. Sementara negara di Melayu utara yang lain: Kedah, Kelantan, Perlis dan Terengganu oleh Inggris dimasukkan sebagai bagian dari Malaysia. Sejak penyatuan kelima negara di wilayah Melayu Utara ke dalam bagian dari Thailand, terjadi benturan budaya antara Muslim Melayu dan Buddis Thailand. Pada awal pemerintahan Thailand kebijakan nasionalisme budaya Thailand menjadi kebijakan utama. Thai-nisasi upaya penggunaan budaya dan bahasa Thai- secara kuat di seluruh Thailand, termasuk wilayah Selatan, membuat benturan budaya yang keras, yang menimbulkan resistensi sangat kuat bagi Muslim Melayu di Thailand Selatan. Permasalahan muslim Thailand sama halnya bangsa moro yang ada di Filipina problem yang dihadapi kaum Muslim Thailand dan Filipina adalah problem kelompok minoritas yang harus hidup berdampingan secara damai dengan non-Muslim dalam negara yang sama. Negara tersebut berada dalam dilema bagaimana melakukan rekonsiliasi antara keyakinan Islam fundamental dengan perlunya menjadi warga negara yang baik (full citizenship) di negara-negara yang didominasi oleh non-Muslim. Permasalahan yang mendasar antara kedua kelompok minoritas muslim di negara ini adalah persoalan integrasi dan asimilasi serta bagaimana melestarika nilai-nilai budaya dan agama. Hal tersebut terjadi karena pada saat itu kebijakan pemerintah melakukan asimilasi dan intgrasi yang nanti nya akan membahayakan dan menghilangkan identitas mereka sebagai Melayu dan

Muslim. Dari paparan diatas dinamika yang ada di Thailand sungguh memprihatinkan karena menimbulkan suatu permasalahan yang dapat merusak integritas negara dan bila dinamika tersebut tidak segera diatasi akan berakibat problematika secara besar-besaran yang akan menimbulkan perpecahan konflik yang semakin parah (Lutfiah, 2021).

Dengan minoritas agama Islam tersebut, Thailand memiliki tradisi dan citra buruk yang tidak sesuai dengan syariat Islam. Dari pertengahan 1300-an hingga pertengahan 1700-an, prostitusi dilegalkan dan dikenai pajak oleh pemerintah Thailand. Akhir 1700-an hingga 1850-an menyaksikan masuknya jumlah pekerja buruh Cina dan pekerja seks yang datang ke Thailand. Prostitusi berkembang terutama setelah penghapusan perbudakan pada tahun 1905 sebagai mantan istri budak di bawah sistem feodal menemukan diri mereka sendiri dan tanpa dukungan keuangan. Kemudian, pendudukan Jepang selama Perang Dunia II mempopulerkan panti pijat seks. Thailand dipergunakan sebagai tujuan istirahat dan rekreasi bagi prajurit militer AS dalam Perang Vietnam serta meningkatnya kemiskinan pedesaan, khususnya pada 1960-an dan 1970-an, menyebabkan migrasi perkotaan dan pertumbuhan industri seks di kota-kota. Pada 1980-an, Thailand mengalami ledakan pariwisata seks ketika pemerintah menggelontorkan jutaan baht untuk mempromosikan pariwisata di negara itu (Reyyes, 2015). Selama itu tentara Amerika Serikat terkadang datang ke Thailand untuk beristirahat dan ketika itulah para perempuan Thailand menggunakan kesempatan tersebut untuk memenuhi kebutuhan hidup dengan melayani para tentara Amerika Serikat (PSSAT, 2017).

Dengan adanya bisnis prostitusi tersebut, masyarakat manca negara berbondong-bondong untuk mengunjungi negara dengan wisata seks yang beragam dengan biaya yang relative murah, sehingga tidak heran

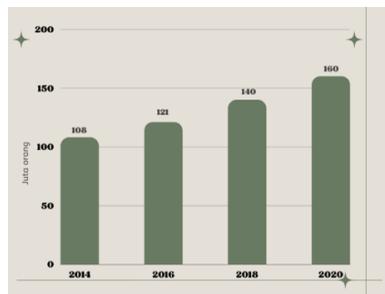
bahwa hal tersebut sangat berpengaruh ke dalam pemasukan sektor perekonomian negara. Menurut Kementerian Kesehatan Masyarakat dan LSM Thailand, ada lebih dari 120.000 orang di industri seks Thailand. *Author* dan rekan Kebijakan Hak Asasi Manusia dari Pusat Kebijakan Hak Asasi Manusia Universitas Harvard, Siddhart Kara, memberikan gambaran ilustratif tentang industry seks di Thailand. Meskipun prostitusi secara teknis memiliki pro dan kontra di Thailand, pemerintah Thailand serta pemiliki rumah bordil dan pekerja seks telah menemukan bahwa itu adalah bisnis yang sangat menguntungkan. Pekerja seks secara terbuka meminta di jalanan dan di kawasan lampu merah.

Menurut Forbes, Bangkok adalah kota nomor satu yang paling banyak dikunjungi di dunia (Tarty, 2019). Kawanan turis pergi ke Kota Bidadari, dan beberapa memiliki satu alasan khusus untuk kunjungan industri seks yang berkembang pesat ini. Beberapa distrik lampu merah paling populer di Bangkok antara lain Soi Cowboy, Patpong, dan Nana Plaza. Pattaya, sebuah kota sekitar tiga jam di utara Bangkok, juga merupakan rumah bagi beberapa distrik seks paling terkenal di Thailand, dimana pengunjung dapat menemukan mereka yang bekerja di industri seks di seluruh Walking Street. Daerah lain yang mirip dengan distrik lampu merah ini dapat ditemukan di Phuket bahkan di Chiang Mai yang sebagian besar industri ini melayani pria Thailand dan tidak sedikit pula menemukan banyak turis yang ingin ikut serta dalam aksi tersebut.

Menurut catatan sejarah, pada tahun 1996 banyak dari masyarakat Thailand tidak menyetujui kebijakan pemerintah untuk melegalkan prostitusi lantaran berseberangan dengan nilai norma dan budaya (Rudiat, 2021). Namun akhirnya, mereka dapat bertoleransi lantaran banyak dari para pekerja seks

komersial tersebut memiliki alasan tak lain karena faktor kondisi ekonomi yang merupakan tulang punggung keluarga. Hal ini menyebabkan beberapa muslim menganggap bahwa wisata Thailand tidak cukup ramah bagi kaum muslim karena banyak kegiatan diluar syariat Islam yang di legal kan oleh pemerintah Thailand. Besarnya pemeluk non-muslim juga membuat peredaran wisata kuliner menjadi persoalan bagi kaum muslimin karena marak dengan peredaran daging babi, minuman beralkohol, serta zat yang diharamkan sehingga perlu ketelitian dalam memilih produk halal. Thailand juga dikenal sebagai negara dengan wisata kuliner unik dan ekstrem yang berbahan dasar serangga seperti kalajengking, telur semut, ulat sutra, balut, kecebong dll. Meski begitu, tidak sedikit pula wisatawan yang ingin mencicipi makanan eskترم tersebut, walaupun pasalnya dalam Islam melarang untuk mendekati konsumsi yang kotor, sedangkan menurut beberapa Ulama berpendapat bahwa serangga termasuk ke dalam salah satu hewan yang kotor habitat maupun pakan nya sehingga mengkonsumsi serangga hukumnya mubah/boleh selama itu tidak menimbulkan bahaya serta ditujukan untuk pengobatan jika tidak ada opsi obat lainnya.

Jumlah Wisatawan Muslim di Dunia (2014-2020)



Sumber: Global Muslim Travel Index, CrescentRating (Lidwina, databoks, 2019)

Pada kenyataannya, wisatawan muslim merupakan jumlah wisatawan yang berkembang pesat di dunia Internasional dari tahun ke tahun, Berdasarkan Global Muslim Travel Index 2019, jumlahnya mencapai 140 juta orang pada 2018 dan diprediksi bertambah menjadi 160 juta orang pada 2020. Laporan tersebut juga memperkirakan jumlah wisatawan Muslim global pada 2026 sebanyak 230 juta orang. Dengan jumlah itu, total pengeluaran mereka bisa mencapai US\$ 300 miliar, dengan US\$ 180 miliar berasal dari pembelian online (Lidwina, databoks, 2019). Sejumlah negara menjadi destinasi favorit para wisatawan muslim, di antaranya Arab Saudi, Turki, Maroko, Malaysia, dan Bahrain yang tergabung dalam Organisasi Kerja Sama Islam (OKI). Selanjutnya, Spanyol, Perancis, Rusia, Thailand, dan Singapura yang tidak termasuk dalam organisasi tersebut. Dengan adanya fakta diatas, sehingga Pemerintah Thailand tidak ingin menysia-nyiakan peluang besar tersebut, terlebih hal itu sangat berpengaruh secara signifikan dalam pendapatan negara dimana sebagian Gross Domestic Product (GDP) berasal dari pariwisata. Menurut Kementerian Pariwisata dan Olahraga, pariwisata memberikan kontribusi terhadap GDP Thailand 16,7% pada 2015 dan 17,7% pada 2016 (Khidhir, 2019). Melihat peluang pasar dunia berdasarkan kontribusi pariwisata muslim global, Pemerintah Thailand semakin berusaha memperhatikan *Halal Tourism* yang diawali dengan menciptakan citra baik dalam membangun wisata yang ramah untuk memenuhi fasilitas wisatawan muslim melalui program kerja dari Tourism Authority of Thailand (TAT). TAT merupakan organisasi di bawah Kementerian Pariwisata dan Olahraga yang mandatnya adalah untuk mempromosikan industri pariwisata Thailand dan melindungi lingkungan. Pada tahun 2015, berdasarkan

data Global Muslim Travel Index, Thailand menempati peringkat kedua destinasi wisata paling populer di dunia bagi wisatawan muslim dari negara yang non-Organization of Islamic Cooperation (OIC) (Staff, 2015). Direktur Otoritas Pariwisata Thailand untuk Dubai dan Timur Tengah, Pichaya Saisaengchan, mengatakan bahwa pada 2019 ada sebanyak 540 ribu pengunjung dari Timur Tengah yang berkunjung ke Thailand. (Saputra, 2020).

Sebagai negara yang di dominasi oleh agama Buddha, tentu tidak mudah mempromosikan Thailand sebagai destinasi halal yang ramah Muslim sesuai dengan syariat Islam sehingga peran TAT sangat diandalkan dalam mengembangkan destinasi dengan kepatuhan terhadap aturan dan pedoman konsep Halal. Pemerintah Thailand mengakui pentingnya pariwisata bagi ekonomi negara, dan mendirikan organisasi pariwisata khusus pada tahun 1960. TAT merilis informasi dan data tentang Thailand, untuk mendorong wisatawan Thailand dan internasional untuk melakukan perjalanan di dalam dan sekitar Thailand. Berkantor pusat di Bangkok, TAT memiliki 27 kantor di seluruh dunia dan 35 kantor regional di Thailand (CAPA Center of Aviation, n.d.). TAT merupakan lembaga negara yang bertanggung jawab untuk mempromosikan pariwisata di Thailand serta organisasi pertama di Thailand yang bertanggung jawab secara khusus untuk pertumbuhan, arah dan pengembangan pariwisata di Thailand. Terlepas dari namanya, TAT adalah lembaga negara yang tidak boleh disamakan dengan Departemen Pariwisata (sebelumnya dikenal sebagai "Kantor Pengembangan Pariwisata") dari Kementerian Pariwisata dan Olahraga, yang merupakan institusi pemerintah yang bertanggung jawab untuk pariwisata terkait lisensi, izin dan registrasi. Tourism Authority of Thailand (TAT) pada awalnya bernama The Tourist

Organisation of Thailand (TOT) yang didirikan dengan Keputusan Kerajaan yang diumumkan dalam Lembaran Negara Vol. 36, Bagian 74, tertanggal 28 Juli 1959 ketika Field Marshal Sarit Thanarat menjadi Perdana Menteri. Pada tahun 1949, Departemen Periklanan membuat kesepakatan dengan Departemen Ekonomi, kemudian Departemen Perdagangan dan Transportasi, untuk mentransfer bisnis pariwisata ke Kantor Perdana Menteri. Pada tahun 1958, ketika Field Marshal Sarit Thanarat sedang dalam pemulihan di Rumah Sakit Walter Reed di Amerika Serikat, ia tertarik pada bisnis pariwisata dan mengambil kesempatan untuk mempelajarinya karena keinginan untuk mendukung industri pariwisata tanah airnya. Setahun kemudian, ketika dia menjabat sebagai Perdana Menteri Thailand, dia juga duduk sebagai presiden asosiasi pariwisata dan mengubahnya menjadi organisasi independen. Selanjutnya, ketika industri pariwisata berkembang pesat dan berkembang secara eksponensial, ruang lingkup organisasi tumbuh bersamanya, meluas ke pengembangan dan konservasi sumber daya pariwisata dan promosi perjalanan. Thailand memiliki empat lembaga pariwisata dengan fungsi dan tugasnya masing-masing, yaitu MOTS (Ministry Tourism and Sports), TAT (Tourism Authority of Thailand), DASTA (The Designed Areas for Sustainable Tourism Administration) dan The Department of Local Administration. MOTS merupakan induk dari TAT yang bertugas melakukan kegiatan promosi pariwisata di dalam negeri sedangkan TAT merupakan lembaga promosi pariwisata pada lingkup diluar negara Thailand.

B. Rumusan Masalah

Setelah penjabaran yang ada pada latar belakang diatas, dapat diambil sebuah rumusan masalah yaitu **“Bagaimana strategi the Tourism**

Authority of Thailand (TAT) dalam meningkatkan arus masuk wisatawan muslim?”

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan untuk:

1. Menjelaskan bagaimana dinamika wisatawan muslim di Thailand.
2. Menjelaskan bagaimana dinamika pariwisata di Thailand.
3. Menganalisis strategi Thailand melalui TAT dengan melihat melalui sudut pandang pendekatan *Halal Tourism*.
4. Mengimplementasikan ranah bidang studi Hubungan Internasional di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dengan menggunakan teori yang sebelumnya telah diajarkan selama proses pendidikan hingga gelar sarjana dapat disandang.

D. Kerangka Berpikir

Halal Tourism

Menurut El-Gohury (2016) dan Battour dan Ismail (2016) bahwa penggunaan terminologi *Halal Tourism* dan *Islamic Tourism* berbeda. Wisata islam seperti menjelaskan aktivitas atau produk tertentu yang “Islami” yaitu memberikan indikasi bahwa aktivitas atau produk tersebut sepenuhnya memenuhi syariat islam (yang mungkin tidak pada setiap produk dan atau kegiatan pariwisata halal). Selain itu, istilah Islam hanya diterapkan pada hal yang berhubungan langsung dengan iman dan ajaran Islam (seperti hukum Islam/Syariah, nilai-nilai Islam, prinsip dan keyakinan, serta ibadah Islam). Penggunaan kata wisata islami juga memberikan kesan bahwa suatu kegiatan atau produk hanya digunakan untuk muslim, padahal non-muslim

juga dapat mengkonsumsi produk atau kegiatan wisata halal (El-Gohary, 2016). Dalam perspektif nya, *Islamic Tourism* atau yang biasa disebut dengan wisata Islam ini diartikan bahwa sebuah kegiatan perjalanan wisata yang tertutup bagi kaum nonmuslim sebagai kunjungan wisata religi dengan mengunjungi tempat ibadah untuk berziarah maupun hanya untuk melakukan ibadah saja.

Sedangkan menurut El-Gohury, *Halal Tourism* ini merupakan suatu kegiatan pariwisata yang memiliki tujuan dalam menyediakan fasilitas dan pelayanan untuk memudahkan wisatawan muslim yang berkunjung ke destinasi pariwisata tanpa mengurangi esensi kebudayaan di suatu wilayah. Hal tersebut tidak fokus pada objek wisata nya saja melainkan pada layanan dan fasilitas perjalanan yang lebih *Muslim Friendly* seperti level halal kandungan makanan, ketersediaan tempat ibadah, serta hotel yang memiliki standar syariah terkait ajaran Islam yang harus dipatuhi. Kegiatan wisata halal ini tidak mengubah esensi ataupun substansial dari pariwisata dengan tidak mengubah objek wisata atau destinasi yang akan dikunjungi sehingga kegiatannya tidak membatasi gerak gerik wisata muslim ataupun non-muslim. *Halal Tourism* ini semakin berkembang karena sektor dari kegiatan ini tidak berpacu pada agama tertentu saja. Namun juga memiliki substansi pada penanaman adat, tradisi, budaya yang lebih universal dengan ciri khas yang dimiliki pada kawasan tertentu serta dianggap memiliki berbagai fungsi bagi sekitar seperti nilai edukasi seni dan budaya, dan nilai kearifan local yang sudah ditinggalkan oleh leluhur untuk dipertahankan sebagai warisan yang perlu dilestarikan keberadaannya karena memiliki nilai penting sejarah. Tersedianya makanan yang halal, produk yang tidak mengandung babi, minuman yang tidak memabukkan (mengandung alkohol), ketersediaan fasilitas ruang ibadah termasuk tempat wudhu, tersedianya Al-Qur'an dan peralatan

ibadah (shalat) di kamar, petunjuk kiblat dan pakaian staf yang sopan merupakan syarat yang mampu menciptakan suasana yang ramah muslim. Sehingga dapat diartikan bahwa aktivitas ini merupakan suatu kunjungan ke objek destinasi pariwisata meliputi wisata budaya, wisata alam, serta wisata buatan yang tetap menjaga Syariat dengan disertai prinsip dan nilai nilai Islam tanpa menghilangkan keunikan dan keaslian dari sebuah daerah layaknya pariwisata konvensional.

Kerjasama Internasional

Menurut Joseph Grieco yang merupakan ilmuwan hubungan internasional, Kerjasama internasional merupakan suatu kewajiban yang dilakukan berdasarkan kebijakan negara tersebut, sehingga dapat dengan mudah mengatur kebutuhan dan negara untuk memperoleh keuntungan dari kerja sama yang dilakukan. Kerjasama dapat dibedakan menjadi tiga bentuk kerjasama yaitu kerjasama bilateral, kerjasama regional dan kerjasama multilateral.

Kerjasama bilateral, kerjasama yang dilakukan antara dua negara. Kerjasama yang dilakukan biasanya dalam bentuk interaksi, pendidikan dan kebudayaan. Kerjasama regional, kerjasama adalah yang dilakukan oleh beberapa negara dalam suatu kawasan atau wilayah. Kerjasama tersebut dilakukan karena adanya kepentingan bersama dalam bidang politik, ekonomi dan pertahanan. Terakhir kerjasama multilateral, adalah kerjasama yang dilakukan oleh beberapa negara contohnya Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB). Kerjasama internasional dapat digolongkan menjadi tiga elemen penting yaitu: pertama, tindakan yang dilakukan oleh negara (dan aktor selain negara), kedua kerjasama dilakukan berdasarkan penilaian dan komitmen untuk tujuan yang akan dicapai, dan ketiga keuntungan dari hasil kerjasama yang dilakukan.

Pertama setiap perilaku aktor negara diarahkan ke beberapa tujuan. Semua aktor tidak harus memiliki tujuan yang sama tetapi mereka sepihak dalam melakukan kerja sama. Kedua, kerja sama yang dilakukan di atas permasalahan dasar yang dihadapi masing-masing negara dengan komitmen bersama untuk mencapai kepentingan bersama. Ketiga, kerjasama yang dilakukan menyiaratkan keuntungan atau ketidakseimbangan para aktor. Keuntungan yang diperoleh tidak perlu sama besarnya atau baik untuk setiap negara, tetapi kerjasama tersebut saling menguntungkan.

Dalam proses ini, istilah “kerja sama internasional” telah meluas ke semua bidang mulai dari perdagangan dan keuangan hingga masalah keamanan, lingkungan, pendidikan dan kesehatan. Kerjasama internasional tidak hanya berarti saling membantu antara pemerintah dan lembaga dari negara yang berbeda, meskipun hal ini mungkin sering terjadi. Kerja sama internasional adalah gagasan yang lebih luas. Artinya bekerja sama. Ini berarti bahwa pemerintah dan Lembaga tidak membuat keputusan individu dan mengambil tindakan individu. kerjasama internasional berarti pemerintah dan lembaga mengembangkan standar bersama dan menciptakan program yang memperhitungkan manfaat dan juga masalah yang berpotensi dapat diperluas ke lebih dari satu masyarakat dan bahkan ke semua komunitas internasional. Program kerja sama internasional memungkinkan terbentuknya praktik dan institusi yang memberikan konsistensi, stabilitas, dan keamanan dalam hubungan luar negeri negara-negara tersebut. Selain itu, perlu dicatat bahwa dalam hubungan internasional kontemporer, peran yang dimainkan oleh lembaga-lembaga non-pemerintah tumbuh dan melalui program-program kerja sama inilah ruang-ruang diciptakan sehingga para pelaku non-negara dan lembaga-lembaga sub-nasional dapat

terlibat dalam kegiatan negara-negara tersebut. hubungan luar negeri. Negara bagian, kotamadya dan bahkan kelompok yang mewakili segmen masyarakat sampai batas tertentu mengembangkan inisiatif, tindakan, dan bahkan kerjasama politik dengan agen bidang internasional.

E. Hipotesa

Strategi the Tourism Authority of Thailand (TAT) dalam meningkatkan arus masuk wisatawan muslim adalah penyediaan ragam fasilitas dan pelayanan yang *Muslim-Friendly*. Pemerintah Thailand juga mengadakan agenda sebagai wadah promosi/*campaign* kepada negara-negara dengan mayoritas penduduk muslim.

F. Metode Penelitian

Dalam metode penelitian penulis menggunakan tipe penelitian deskriptif dimana penulis akan memberikan gambaran yang jelas dan komprehensif mengenai kepentingan Thailand dalam menggaet wisatawan muslim melalui *Halal Tourism* untuk meningkatkan perekonomian negara. Data yang akan disajikan adalah data sekunder yang diperoleh melalui situs resmi, buku, jurnal, internet, serta sumber-sumber yang berhubungan dengan pokok permasalahan. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis kualitatif.

G. Jangkauan Penelitian

Memberikan batasan yang jelas terhadap penulisan ini, penulis akan membahas peran TAT dimulai pada tahun 2014 saat lembaga tersebut mulai masif dalam mempromosikan *Halal Tourism* sampai pada tahun 2020, namun tidak menutup kemungkinan penulis akan sedikit menyinggung atau menggunakan

referensi data diluar batasan tersebut dengan catatan masih berkesinambungan dengan topik penelitian.

H. Sistematika Penulisan

Sebagai penggambaran dari garis besar penulisan skripsi ini, penulis berupaya untuk membagi pembahasan sebagai berikut;

Pada Bab 1 akan membahas mengenai apa saja subjek yang akan diteliti yang kemudian dipisah menjadi beberapa unit pembahasan yaitu, sub bab latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kerangka konseptual, hipotesa, metode penelitian, jangkauan penelitian, dan sistematika penulisan.

Pada Bab 2 menjadi bab yang akan menganalisis pembahasan mengenai bagaimana dinamika perkembangan pariwisata di Thailand.

Pada Bab 3 akan menganalisis pembahasan mengenai sejauh apa strategi TAT dalam menggaet wisatawan muslim seperti kebijakan maupun tindakan yang dilakukan dengan menggunakan landasan pemikiran yang sudah ditulis dan akan digunakan penulis.

Pada bab 4 sebagaimana adalah bab terakhir, maka penulis akan menjelaskan hasil kesimpulan dari keseluruhan penelitian bab 1–3, yang juga menjadi jawaban atas rumusan masalah terkait.