



Pengembangan Industri Pariwisata Halal di Jepang Dalam Rangka Menarik Wisatawan Muslim

Kirana Ayu Damayanti

Prodi Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

*)Corresponding author: Kiranarakii@gmail.com

(Received: March 06, 2023 ; Accepted: May 07, 2023)

Abstract

This study focuses on Japan in order to develop the halal tourism industry in its country which is also a non-Muslim country. This can be used to attract foreign tourists to visit Japan. On the other hand, Japan faced a number of difficulties in achieving its goals. The purpose of this study is to describe Japanese policies in developing the halal tourism industry. The method used in this research is descriptive qualitative research method. The study findings show that Japan has succeeded in using its policies, namely nation branding, to attract Muslim tourists to visit their country and gain benefits for Japan's domestic economy. Not only that, Japan has also successfully implemented the Omonetashi concept to create a positive image to serve Japanese tourists visiting their country.

Keywords: *Omonetashi, Halal Tourism Industry, Japanese Government Policy, Nation Branding, Muslim Travelers.*

Abstrak

Kajian ini berfokus pada Jepang dalam rangka mengembangkan industri wisata halal di negaranya yang juga merupakan negara non muslim. Hal ini bisa dimanfaatkan untuk menarik minat turis asing berkunjung ke Jepang. Di sisi lain, Jepang menghadapi sejumlah kesulitan dalam mencapai tujuannya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan kebijakan Jepang dalam mengembangkan industri wisata halal. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif deskriptif. Temuan studi menunjukkan bahwa Jepang telah berhasil menggunakan kebijakannya, yaitu *nation branding*, untuk menarik wisatawan Muslim berkunjung ke negaranya dan mendapatkan keuntungan bagi perekonomian domestik Jepang. Tak hanya itu, Jepang juga sukses menerapkan konsep *Omonetashi* untuk menciptakan citrapositif untuk melayani wisatawan Jepang yang sedang berkunjung ke negaranya.

Kata Kunci: *Omonetashi, Industri Wisata Halal, Kebijakan Pemerintah Jepang, Nation Branding, Wisatawan Muslim.*

How to Cite This Article: Damayanti, K.A. (2023), Industri Halal Fashion : Pengembangan Industri Pariwisata Halal di Jepang Dalam rangka Menarik Wisatawan Muslim, IJH 6(1), 10-16

PENDAHULUAN

Saat membahas istilah "halal", yang berasal dari bahasa Arab dan berarti "diizinkan". Halal mengacu pada semua aspek kehidupan Muslim dalam Islam, baik untuk pria maupun wanita. Sehingga, umat Islam diwajibkan untuk hanya mengonsumsi produk halal atau yang diperbolehkan menurut ajaran agama yang telah ditentukan oleh kitab suci mereka, seperti minuman dan makanan, komestik, keuangan dan perbankan, pariwisata, serta pekerjaan. Sedangkan, menurut Carboni et al. mengatakan bahwa pariwisata halal merupakan wisata yang sesuai dengan ajaran Islam, termasuk wisatawan Muslim yang berusaha untuk menjaga kebiasaannya sesuai dengan ajaran Islam saat berwisata di negara orang lain. Dengan demikian, definisi pariwisata halal merupakan suatu konsep baru dalam industri pariwisata yang mengacu pada penyediaan paket wisata dan destinasi yang ditujukan secara khusus disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan Muslim. Sehingga, industri pariwisata halal merupakan suatu segmen pasar yang telah berkembang pesat dan menjadi trending topik serta menarik perhatian wisatawan muslim di seluruh dunia.

Jepang merupakan salah satu negara tujuan wisata luar negeri yang paling populer bagi pengunjung dari seluruh dunia. Jepang menjadi salah satu negara yang paling maju di Asia dikarenakan Jepang telah memadukan kemajuan teknologi dengan budaya tradisional yang khas. Jepang menawarkan produk elektronik yang canggih dengan harga yang terjangkau. Tak hanya itu saja, Jepang menyediakan sistem transportasi modern yang menjangkau seluruh wilayah juga memudahkan wisatawan asing untuk bepergian dari satu kota ke kota lain. Di sisi lain, Jepang memiliki objek wisata dengan nilai budaya seperti Gunung Fujisan, bangunan atau arsitektur Jepang, pertunjukan budaya atau seni tradisional khas Jepang, hingga tempat wisata sejarah seperti Hiroshima Peace Memorial. Oleh karena itu, Jepang menjadi negara yang memiliki potensi wisata yang menarik pengunjung dari seluruh dunia.

Secara geografis, Jepang merupakan negara yang homogen sehingga memiliki beberapa kelompok minoritas kecil. Suku Yamato merupakan kelompok etnis pribumi yang mendominasi di Jepang, sedangkan etnis minoritas di antaranya termasuk Ainu, Okinawa, Burakunim, dan Korea. Sedangkan dalam hal agama di Jepang, agama Shinto lebih mendominasi dalam hal agama dengan nilai 51,2%. Dengan kata lain, Jepang bukanlah negara Muslim dan sebagian besar orang Jepang tidak mengenal Islam. Hal ini memunculkan fakta menarik dari Jepang, yaitu pemerintah Jepang sangat serius dalam mengembangkan industri wisata halal. Terlepas dari kenyataan bahwa umat Islam di Jepang merupakan agama minoritas, negara ini dikenal ramah terhadap umat Islam, tidak hanya dalam hal bersosialisasi tetapi juga dalam industri pariwisata, yang mulai menerapkan wisata halal.

Pemerintahan Jepang telah menerapkan sejumlah kebijakan untuk menarik wisatawan Muslim berkunjung ke negara-nya. Sejak saat itu, pemerintah Jepang memberikan fasilitas atau

kebutuhan bagi wisatawan Muslim dengan mendirikan masjid di berbagai kota di Jepang dan mengimbuu bisnis jasa pariwisata Jepang seperti bandara, restoran, dan pusat perbelanjaan besar untuk menyediakan mushola atau tempat shalat. Tidak hanya itu saja, sejak saat itu pemerintah Jepang juga mendirikan restoran maupun kafe halal.

Namun, pemerintah Jepang mengalami beberapa kesulitan dalam menerapkan kebijakan tersebut dikarenakan pemerintah Jepang belum membentuk lembaga sertifikasi halal khusus. Sertifikasi halal tersebut hanya dikeluarkan oleh asosiasi Muslim dan organisasi nirlaba di Jepang. Sementara itu untuk bisnis di dalam bidang industri makanan harus berjuang untuk menyesuaikan diri dengan standar halal dikarenakan terdapat beberapa makanan tradisional Jepang yang mengandung bahan non-halal seperti daging babi dan alkohol. Tak hanya itu, pemerintah Jepang juga harus memperhatikan kebutuhan seperti fasilitas shalat, pelayanan selama Ramadhan, ketersediaan toilet untuk wudhu, dan lain sebagainya.

Sehingga, penulis tertarik untuk menyelidiki keberhasilan strategi pemerintah Jepang dalam mengembangkan industri wisata halal dalam rangka menarik wisatawan Muslim.

METODE

Metode penelitian yang digunakan oleh penulis adalah metode penelitian deskriptif kualitatif yang digunakan untuk menggambarkan suatu fakta tentang strategi pemerintah Jepang dalam mengembangkan industri wisata halal dalam rangka menarik wisatawan Muslim. Penulis akan menggunakan data yang diperoleh dari sumber sekunder, yang meliputi data yang berasal dari jurnal atau karya ilmiah, sumber pustaka dalam sebuah buku, kumpulan artikel, dan berita yang akurat dan relevan dengan masalah yang akan diteliti. Dengan demikian, teknik pengumpulan data penulis adalah studi kepustakaan atau penelaahan berbagai literatur. Metode penulisan penulis bersifat deduktif, yang dimana ia memaparkan suatu masalah secara umum kemudian menarik kesimpulan khusus setelah menganalisis data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Japan Halal Tourism

Jepang merupakan negara non-muslim yang dituntut untuk memperhatikan kebutuhan wisatawan Muslim sesuai dengan ajaran Islam yang harus menerapkan kebijakan pariwisata halal. Dengan menjamin kehalalan suatu produk dan fasilitasnya merupakan sebuah komponen penting dari industri pariwisata. Komponen ini sangat penting untuk mendukung umat Islam selama kegiatan pariwisata, selain untuk menjaga dan memenuhi kebutuhan akan perintah agama. Sehingga, didirikanlah industri wisata halal atau yang dikenal dengan wisata ramah muslim sebagai solusi bagi wisatawan. Muslim yang ingin bepergian sambil menjunjung tinggi keyakinan agama mereka.

Pada masa 2003 hingga tahun 2012, jumlah kedatangan wisatawan asing yang sedang berkunjung di Jepang jauh dari harapan yang sebelumnya telah ditentukan. Jumlah wisatawan yang datang dari negara lain tidak pernah melebihi 10 juta per tahun selama periode saat itu. Sehingga, angka tersebut berbanding balik dengan 17 juta wisatawan Jepang yang berkunjung dari luar negeri pada tahun 2012. Pada tahun 2012, pemerintahan Jepang yang dipimpin oleh Shinzo Abe yang telah menerapkan kebijakan untuk meningkatkan sejumlah wisatawan asing yang sedang berkunjung ke Jepang sebesar 30%. Fokus utama yang dilakukan Shinzo Abe dalam hal negara yang telah ditetapkan sebagai pasar target pemasaran adalah negara-negara di Asia Tenggara, seperti Indonesia, Malaysia, Singapura, Thailand, Myanmar, Vietnam dan sebagainya. Sehingga kebijakan yang dituangkan oleh Shinzo Abe dalam pernyataan yang dikeluarkan oleh *Japan Tourism Agency (JTA)* (Yasuda, 2017). Dengan kehadiran program tersebut membuat industri pariwisata halal di Jepang semakin berkembang dengan lebih banyak wisatawan asing, terutama wisatawan Muslim yang berkunjung ke negara Jepang.

Dengan meningkatnya jumlah wisatawan Muslim yang sangat drastis pada tahun 2013 dari negara-negara Asia Tenggara membuat negara Jepang menjadi trending topik yang dibicarakan seluruh dunia, sehingga hal ini menarik perhatian positif pemerintah Jepang serta mempengaruhi pertumbuhan industri pariwisata halal Jepang. Seperti yang kita ketahui bahwasanya industri pariwisata halal menjadi penggerak ekonomi utama di Jepang. Dengan demikian, keinginan untuk berkontribusi pada pariwisata halal Jepang akan berkembang dari tahun ke tahun, sehingga pendapatan negara meningkat dan pada akhirnya kemajuan ekonomi di Jepang.

Alhasil, fokus implementasi *Halal Tourism* di Jepang untuk meningkatkan jumlah wisatawan muslim secara umum sama dengan negara lain, yaitu menyediakan berbagai jenis fasilitas pendukung yang ramah bagi wisatawan muslim, seperti tempat ibadah untuk melaksanakan ibadah, salat di dekat tempat wisata, restoran/kafe, dan hotel yang menawarkan beberapa menu makanan halal bagi wisatawan halal, air wudhu di toilet umum, dan layanan selama Ramadhan, dan lain sebagainya. Langkah-langkah tersebut dapat meningkatkan keimanan dan keislaman sekaligus memberikan kenyamanan dan keamanan bagi wisatawan mancanegara. Sehingga, perjalanan rekreasi memiliki banyak keuntungan, terutama dalam hal kesehatan manusia. Wisata halal di Jepang dapat menguntungkan wisatawan Muslim dan non-Muslim dengan memastikan kualitas perjalanan.

Konsep Omotenashi

Konsep *Omotenashi*, sebuah konsep budaya Jepang yang merupakan sebuah aspek penting dalam implementasi Halal Tourism di Jepang. Konsep ini mengacu pada bagaimana orang Jepang menyapa pengunjung atau pelanggan dengan menekankan sifat keramahan dan membantu mereka dengan cara

apapun yang mereka bisa. Konsep *Omotenashi* adalah jenis layanan Jepang yang ditawarkan secara khusus oleh penyedia layanan dengan harapan pelanggan akan kembali. Kualitas pelayanan kepada wisatawan, termasuk wisatawan Muslim mancanegara akan terus meningkat dengan seiring berjalannya waktu apabila menggunakan konsep ini.

Konsep ini terkait dengan istilah pembuatan upacara minum teh di Jepang, di mana prosedurnya dibagi menjadi tiga tahap yang harus diselesaikan oleh seseorang yang baru belajar membuat dan menyajikan teh. Ketiga tahapan tersebut yaitu pertama, harus mempelajari dengan seorang guru yang sudah mahir dalam melakukan hal ini, hal tersebut untuk dapat menguasai “bentuk”. Selanjutnya, pada tahap kedua yaitu upaya untuk “mengalahkan” bentuk yang diajarkan kepada murid tersebut, sehingga seseorang tersebut dapat mengekspresikan dirinya. Pada tahap akhir, seseorang tersebut akan dituntut untuk menjadi guru dan membagikan ilmunya kepada orang lain.

Kemudian konsep *Omotenashi* ini diadopsi dengan sektor-sektor lain khususnya di sektor industri pariwisata Halal di Jepang. Dalam hubungan antara tuan rumah dan tamu yang mempunyai hubungan antara tuan rumah dan tamu pada umumnya. Dengan demikian, konsep *Omotenashi* merupakan tuan rumah yang akan memperlakukan tamunya yang seolah-olah mereka adalah anggota keluarga, yang di mana tuan rumah akan berbagi kebahagiaan, kegembiraan, dan bahkan kesedihan dengan mereka sehingga mereka bersikap sangat ramah kepada tamunya. Sehingga, para tamu akan merasa disambut dan akan kembali ke tuan rumah yang telah memperlakukan mereka dengan sangat baik. Selain itu, tidak ada sistem pemberian sebuah tips kepada pelayan atau tuan rumah sehingga membuat suatu hubungan di antara kedua akan sangat terasa nyatanya. (Sato, 2014)

Untuk menarik wisatawan Muslim Asia Tenggara, Jepang menggunakan *omotenashi* sebagai strategi pemasaran. Di Jepang, penyedia jasa pariwisata berusaha menerapkan konsep *omotenashi*, yang melayani kebutuhan wisatawan. Namun, untuk mengidentifikasi suatu kebutuhan dan kenyamanan yang diperlukan oleh tamu atau pelanggan sehingga mereka dapat berbagi lebih banyak kesenangan, penyedia layanan harus tahu bagaimana memberikan kompensasi dengan cara yang sesuai dan bersahabat dengan kebutuhan wisatawan Muslim.

Terdapat beberapa taktik Jepang untuk memperluas *Omotenashi* kepada wisatawan Muslim, di antara lainnya pelatihan Koki Halal, Pelatihan Halal Internasional serta Seminar Halal untuk Pemilik Hotel dan Restoran tersedia. Hasilnya, Jepang dapat menggunakan konsep ini untuk meningkatkan layanan wisata halal bagi wisatawan Muslim. Dengan meningkatnya jumlah turis Muslim, bisnis pariwisata lebih cenderung menawarkan layanan berbasis *Omotenashi* kepada para wisatawan asing. Wisatawan asing yang berkunjung ke Jepang dapat merasakan kebahagiaan, kegembiraan, dan kesenangan sebagai hasilnya.

Perkembangan Wisata Halal Bagi Wisatawan Muslim

Jepang merupakan salah satu negara industri kawasan Asia. Jepang mulai menggali potensi industri pariwisatanya yang menurun untuk menarik wisatawan asing kembali mengunjungi ke Jepang. Alhasil, Jepang menerapkan dan mengembangkan industri wisata halal. Untuk menerapkan dan mengembangkan industri pariwisata halal, suatu negara harus terlebih dahulu memahami aspek-aspek kunci dari pariwisata halal terkait dengan kebutuhan wisatawan muslim. Selanjutnya, untuk bersaing di industri halal internasional dan menarik lebih banyak wisatawan Muslim, negara-negara yang menerapkan kebijakan pariwisata halal harus mampu mengembangkan kebijakan dengan tetap mempertahankan identitas dan karakteristik uniknya.

Tidak diragukan lagi terdapat beberapa faktor penting dalam mengimplementasikan industry pariwisata halal. Aspek terpenting dari hal ini adalah penggunaan kata *omotenashi*. *Omotenashi* yang disediakan di Jepang bertujuan untuk memberikan kenyamanan dan kesenangan kepada pelanggan saat berlibur. Dalam hal ini, pemerintah Jepang bekerja sama dengan masyarakat untuk memberikan pelayanan sebaik mungkin kepada wisatawan asing yang berkunjung ke Jepang. Sebagai bentuk dari *omotenashi* terhadap wisatawan asing, terutama wisatawan Muslim, pemerintah Jepang mengembangkan fasilitasnya di berbagai sektor. Hal ini dapat ditentukan juga apakah fasilitas dan pelayanan yang diberikan memenuhi kebutuhan utama wisatawan Muslim (*faith-based needs*).

Fasilitas-fasilitas dan pelayanan yang diberikan oleh Jepang, diantara lain:

A. Makanan Halal

Seperti yang kita ketahui bahwasannya makanan halal sudah sangat penting di masa laluan harus diperhatikan oleh wisatawan Muslim yang sedang berwisata ke negara tersebut. Disaat wisatawan Muslim sedang berwisata ke negara tersebut, mereka tentunya sangat memperhatikan makanan mana yang memenuhi standar halal dan tidak dicampur oleh bahanmakanan yang tidak halal (haram). Bagi umat Islam, makanan harus memenuhi dua kriteria yang sesuai dengan Al-qur'an: Sehat dan halal (boleh dimakan).

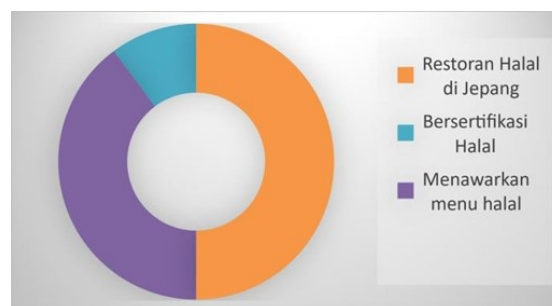
Beberapa tahun lalu, mayoritas orang Jepang tidak mengetahui konsep makanan halal. Perusahaan yang bergerak di bidang makanan dan kuliner di Jepang tidak memiliki keinginan untuk memproduksi makanan halal di pasar domestik. Pasalnya, konsep halal menjadi sebuah masalah yang sangat sensitif mengenai agama yang memiliki aturan terlalu rumit untuk diterapkan di negara Jepang. Selain itu, Jepang memproduksi masakan non-halal seperti mirin atau alkohol, dan daging babi. Bagi perusahaan yang tidak memahami konsep halal, sangat sulit untuk memasuki pasar halal di Jepang, dan bagi mayoritas konsumen Jepang yang tidak ingin mengetahui tentang halal dan tidak mempunyai keinginan untuk mempelajari lebih lanjut mengenai halal. Selain itu, kendala Bahasa yang dihadapi juga menjadi masalah bagi wisatawan Muslim. (Shazlinda dan Shutto, 2014)

Seiringan dengan berjalannya waktu, terdapat peningkatan jumlah wisatawan asing yang mengunjungi negara Jepang, terutama wisatawan Muslim, membuat pemerintahan Jepang memutuskan untuk menyediakan makanan halal yang sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan oleh kitab suci umat Islam. Bagi turis Muslim, ada empat jenis makanan halal yang tersedia di Jepang.

- 1) Halal, artinya semua produk mempunyai logo halal.
- 2) Ramah Muslim, yang di mana tidak semua produk tersebut berlogo halal, namun dibuat dari bahan baku halal.
- 3) Kategorisasi Muslim, meskipun produknya bebas dari babi maupun alkohol, status kehalalannya masih belum bisa dijamin karena restoran tidak menawarkan menu halal.

Menurut buku panduan perjalanan yang telah diterbitkan oleh Organisasi Pariwisata Nasional Jepang atau *Japan National Tourism Organizations* (JNTO) menyebutkan bahwa telah tercatat bahwa terdapat 52 restoran halal di Jepang pada tahun 2015 untuk wisatawan Muslim. Sebelumnya, restoran Halal yang tercatat di Jepang hanyalah terbatas pada masakan Malaysia, Turki, atau dari negara lain dengan memiliki populasi mayoritas Muslim, tetapi beberapa restoran di Jepang telah menawarkan masakan khas Jepang.

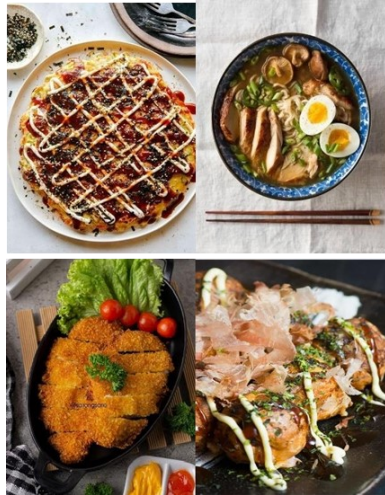
Di Jepang, terdapat sekitar 788 restoran atau tempat makan yang telah menyajikan makanan halal. Namun, hanya ada sekitar 161 dari 788 restoran yang memiliki sertifikat halal. Sedangkan restoran yang tersisa menggunakan daging halal dalam produknya dan menjauhkan apapun yang tidak halal dari peralatan dapur maupun makanan. Terlepas dari kenyataan bahwa Sebagian besar restoran yang berada di Jepang tidak memiliki sertifikasi Halal, restoran tersebut telah menggunakan bahan baku yang halal. Selain itu, jumlah sisa restoran tersebut bukanlah jumlah yang sangat sedikit di Jepang yang telah menawarkan menu makanan halal. Hal ini dikarenakan masih banyak penyedia yang belum sempat untuk mendaftarkan menu halal mereka ke situs halal Jepang. (Lufi Wahidati, 2018)



Gambar 1. Restoran Halal Jepang

Seperti yang kita ketahui bahwasannya sertifikasi halal mempunyai pengaruh yang sangat signifikan terhadap penerimaan konsumen Muslim terhadap produk pangan halal. Wisatawan Muslim kini dapat menikmati makanan khas Jepang dengan tenang, berkat peningkatan jumlah restoran Jepang yang telah

memiliki sertifikasi halal. Sebelumnya, sulit untuk menemukan masakan tradisional Jepang yang dibuat dengan bahan yang Halal. Wisata kuliner tradisional Jepang kini dapat ditemukan di penjuru Jepang, dikarenakan tersebar nya beberapa restoran yang telah



menyajikan makanan tradisional Jepang yang dibuat dengan bahan pengganti yang halal dengan tetap mempertahankan karakteristik kuliner Jepang. (Safitri, 2018)
Gambar 2. Beberapa makanan halal di Jepang

B. Tempat Ibadah

Seperti yang telah kita ketahui bahwasannya, tantangan terbesar bagi wisatawan Muslim yang sedang berkunjung ke negara non-muslim adalah mencari tempat untuk beribadah. Shalat bagi umat Muslim merupakan salah satu kewajiban yang tidak boleh diabaikan. Secara alami, wisatawan Muslim akan berdoa untuk menunaikan kewajiban mereka, dan seorang Muslim diwajibkan untuk beribadah shalat sebanyak lima kali sehari. Sehingga, banyak wisatawan asing yang berharap adanya tempat untuk beribadah dekat dengan tempat mereka yang melakukan aktivitasnya di Jepang.

Dari segi tempat ibadah wisatawan Muslim di Jepang saat ini telah terlayani dengan baik. Hal ini dikarenakan pemerintah Jepang telah membangun beberapa masjid di seluruh negeri, sehingga penyedia layanan pariwisata mulai membangun tempat ibadah pendukung bagi wisatawan Muslim. Menurut informasi di laman masjid www.finder.jp, Jepang memiliki kurang lebih 241 tempat ibadah yang telah tersebar di beberapa kota.

Terdapat dua jenis tempat ibadah tersebut adalah masjid dan tempat ibadah non-masjid (musala). Tokyo memiliki doa terbanyak (20,7%), lalu diikuti oleh Hokkaido (8,7%) dan Osaka (6,6%). Diketahui bahwa terdapat Masjid tertua di Jepang yang dapat ditemukan di Kobe, Prefektur Hyogo. Hal ini tentunya menjadi kabar gembira bagi Wisatawan Muslim yang sedang mengunjungi negara tersebut. Tempat ibadah tersebut dibangun di lokasi-lokasi yang berpengaruh bagi wisatawan Muslim seperti stasiun kereta di Tokyo Osaka, bandara internasional Kansai, dan bandara Narita. Apabila sudah waktunya

untuk beribadah sholat, wisatawan Muslim bisa langsung melakukannya saat mengunjungi kafe, mall, restoran, bahkan tempat wisata seperti *Kyoto's Palace Nijo* yang memiliki mushola.



Gambar 3. Masjid tertua di Kobe, Prefektur Hyogo

Terdapat peningkatan di beberapa mushola, namun mayoritas mushola di Jepang masih terdapat beberapa kekurangan seperti tidak adanya tempat untuk berwudhu. Sehingga, 38% dari 98 masjid yang berada di Jepang tidak memiliki fasilitas untuk berwudhu yang memadai. Jika dibandingkan, tempat-tempat lain di Jepang seperti mall, restoran atau kafe, stasiun kereta api maupun bandara hanya memiliki 20% saja yang memiliki kamar kecil untuk berwudhu. (Lufi Wahidati, 2018) Fasilitas shalat harus mencakup tempat wudhu dengan fasilitas untuk membasuh kaki. di atas dapat disimpulkan bahwa kebutuhan wisatawan muslim akan tempat ibadah sudah terpenuhi meskipun belum secara optimal. (COMCEC, 2016).

Tabel 1. Jumlah Tempat Shalat yang telah difasilitasi tempat untuk berwudhu di Jepang

| Negara di Jepang | Tempat untuk beribadah |
|------------------|------------------------|
| Aichi | 11 |
| Chiba | 7 |
| Ehime | 3 |
| Fukui | 1 |
| Fukuoka | 1 |
| Fukushima | 0 |
| Gifu | 3 |
| Gunma | 5 |
| Hishima | 4 |
| Hokkaido | 5 |
| Hyogo | 3 |
| Ibaraki | 5 |
| Ishikawa | 2 |
| Iwate | 1 |
| Kagawa | 1 |
| Kagoshima | 1 |
| Kanagawa | 3 |
| Kumamoto | 0 |
| Kyoto | 8 |
| Mie | 1 |
| Miyagi | 1 |
| Miyazaki | 0 |
| Nagano | 2 |
| Nara | 1 |
| Niigata | 1 |
| Oita | 1 |
| Okinawa | 4 |
| Okoyama | 2 |
| Osaka | 13 |
| Saitama | 0 |

Tabel 1. Jumlah Tempat Shalat (Lanjutan)

Sumber : masjid-finder.jp

| Negara di Jepang | Tempat untuk beribadah |
|------------------|------------------------|
| Shiga | 1 |
| Shimane | 1 |
| Shizuoka | 10 |
| Tochigi | 6 |
| Tokushima | 1 |
| Tokyo | 24 |
| Tottori | 1 |
| Toyama | 2 |
| Yamanashi | 3 |

C. Ketersediaan Air untuk Kamar Mandi

Bagi umat Islam, air bersih adalah hal yang sangat penting dikarenakan air berguna untuk memurnikan dan membersihkan. Hal ini merupakan inti dari iman yang telah ditentukan. Kebersihan suatu fisik dapat ditekankan sebagai aspek yang penting dari menjadi seorang Muslim. Sehingga, kebersihan di kamar mandi membutuhkan perhatian yang ekstra bagi umat Islam. Penggunaan air di toilet juga menjadi tidak dihindarkan. Seringkali wisatawan Muslim kesal dengan kekurangan air bersih di kamar mandi.

Setiap negara telah memiliki aturannya sendiri, termasuk dengan penyediaan toilet umum. Akibatnya, sebagian besar negara non-Muslim menyediakan tisu toilet di toilet umum dan tidak menggunakan air untuk membas. Di Jepang misalnya toilet umum kering, tetapi teknologi bidet sudah tersedia di toilet umum. Di mana teknologi di Jepang masih tersedia, wisatawan Muslim bisa membersihkan dirinya dengan air bersih setelah menggunakan toilet. Hal ini tidak menjadi kekhawatiran bagi wisatawan Muslim apabila terjadi kekurangan air bersih di toilet dikarenakan kebutuhan dari wisatawan Muslim sendiri telah ditemukan di seluruh negeri.

D. Penginapan Ramah Muslim

Wisatawan Muslim di Jepang saat ini bisa memilih penginapan yang ramah Muslim. Dengan mengakses situs web Japan Muslim Guide yang telah mencakup beberapa informasi mengenai kesesuaian hotel yang diinginkan oleh Wisatawan Muslim, seperti telah bersertifikasi hotel ramah muslim yang mempunyai restoran makanan halal, dan pelayanan bagi wisatawan yang ingin mengunjungi restoran maupun masjid halal tersebut. Tentunya mereka harus menyediakan alat-alat untuk melakukan ibadah seperti sarung, mukenah dan tentu saja arah kiblat untuk shalat.

Salah satu hotel yang menyediakan menu yang telah bersertifikasi halal adalah Richmond Hotel di Osaka dan Tokyo. Sehingga dampak dari adanya hotel tersebut membuat meningkatnya jumlah hotel yang telah menyediakan mushola dengan adanya alat

sajadah dan Al-Qur'an. Hingga pada Oktober 2017, setidaknya terdapat 31 akomodasi yang telah diulas di website www.halalmediajapan.jp sebagai upaya untuk memenuhi standar kebutuhan dari wisatawan Muslim. (Lufi Wahidati dan Eska Nia, 2018)

Kebijakan pemerintah Jepang untuk menarik perhatian wisatawan Muslim

Di era globalisasi saat ini, untuk menarik minat masyarakat global dalam mengunjungi suatu negara, maka harus melakukan *branding*. Negara-negara yang melakukan *branding* tersebut untuk menarik minat masyarakat global atau untuk mengubah citra negara di mata dunia telah melakukan *Nation Branding*.

Pemerintah Jepang melakukan upaya untuk mempromosikan negara mereka dengan membuat website bernama www.muslimguide.jnto.go.jp. Organisasi Pariwisata Nasional Jepang atau *Japan National Tourism Organizations* (JNTO) telah membuat situs web ini untuk membantu wisatawan Muslim yang akan atau pernah mengunjungi Jepang. Situs web ini berisikan semua informasi yang dibutuhkan wisatawan Muslim saat mengunjungi berbagai tempat di Jepang. Di dalam situs tersebut terdapat sebuah informasi yang meliputi lokasi restoran yang menyajikan makanan halal dan minuman halal di Kawasan Jepang. Selain itu, terdapat lokasi penginapan ataupun hotel yang juga menyajikan menu makanan halal bagi wisatawan Muslim, dan yang terpenting adalah website tersebut memuat lokasi tempat untuk beribadah di Kawasan Jepang untuk menunaikan ibadah shalatnya. (JNTO,2020)

Website tersebut juga memuat informasi yang memberikan informasi detail mengenai beberapa wisata halal di kota-kota tertentu yang berada di Jepang. Untuk wisatawan Muslim bisa mendapatkan informasi ini dengan mengklik gambar dengan nama kota atau daerah di dalamnya. Selain itu, situs web tersebut memuat beberapa pengalaman perjalanan wisatawan Muslim yang telah mengunjungi Jepang. Wisatawan Muslim yang berlibur ke negara Jepang akan merasakan bahwa hal ini lebih berguna karena mereka akan dapat mengakses riwayat perjalanan orang-orang yang pernah mengunjungi Jepang, dan yang tersisa hanyalah mengikuti jejak perjalanan sebelumnya yang dilakukan oleh wisatawan. (Dimas, 2020)

KESIMPULAN

Kehadiran Islam di Jepang serta kedatangan wisatawan Muslim, memberikan dampak yang signifikan terhadap perkembangan industri wisata halal di Jepang. Dikarenakan banyaknya pengunjung Muslim, Jepang memiliki potensi untuk mengembangkan industri wisata halal. Sebagai negara non-Muslim, pemahaman masyarakat Jepang tentang wisata halal sangat terbatas. Oleh karena itu, pemerintah Jepang telah menunjukkan kemampuannya dalam meningkatkan fasilitas ramah Muslim untuk memenuhi kebutuhan dasar wisatawan Muslim sebagai contoh konsep *omotenashi*. Sehingga implementasi dari konsep *omotenashi* dapat dilihat

dari keramahan masyarakat Jepang terhadap wisatawan. Sikap tersebut dapat dilihat dari semakin tersedianya makanan halal, baik berupa restoran atau toko halal, maupun fasilitas lain yang memungkinkan wisatawan Muslim menikmati keindahan Jepang.

DAFTAR PUSTAKA

Amalia, Fatya A., Gunawan, Arie A., dan Wibisono, N. 2021. Citra Destinasi Wisata Halal di Jepang: Wisatawan dan Non Wisatawan Muslim dari Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan* Volume 17 Issue 1. Bandung: Politeknik Negeri Bandung.

COMCEC. 2016 *Muslim Friendly Tourism (MFT): Understanding the Supply and Demand Sides in the OIC Member Countries*. Diakses pada Kamis, 12 Januari 2023. www.comcec.org/wp-content/uploads/2016/05/7-TUR-AN.pdf

Dimas Januarsyah R. 2020. *Strategi Jepang dalam Menjalankan Nation Branding "Japan Halal Tourism" Tahun 2015- 2019*.

Halal Gourmet Japan. Restaurant list. 2017 Diakses pada Kamis, 12 Januari 2023. www.halalgourmet.jp

Halal Media Japan-Halal and Muslim Friendly Information. 2017. Diakses pada Kamis, 12 Januari 2023. www.halalmedia.jp

Haryanti, Tuti. 2020. Pengembangan Halal Tourism dalam Menjamin Perlindungan Hukum bagi Wisatawan Muslim. *Tahkim Vol. XVI No. 2*. Maluku: IAIN Ambon.

Janti, Ilma S. 2020. Peran *Omotenashi* dalam Meningkatkan Makanan Halal di Jepang. *Sosiologi Reflektif, Vol. 14 No.2*. Indonesia: Universitas Indonesia.

JNTO. 2014. *Wisatawan Mancanegara ke Jepang Capai 13 Juta orang*. Diakses pada Kamis, 12 Januari 2023 dari Japan National Tourism Organizations: www.jnto.or.id/berita-jnto/detail/wisatawan-mancanegara-ke-Jepang-Capai-13-juta-orang.

Lufi Wahidati dan Eska Nia Sarinastiti. 2018. Perkembangan Wisata Halal di Jepang. *Jurnal Gama Societa Vol. 1 No.1*. Yogyakarta: Universitas Gajah Mada.

Rahmah, H. dan Tapotubun, Hanry H. 2020. Narasi Industri Pariwisata Halal di Jepang dan Jerman. *Sosiologi Reflektif Vol. 14. No. 2*. Yogyakarta: Universitas Gajah Mada.

Roosina, I., dan Puspitasari, Erni. 2021. Perkembangan Industri Halal dan Peranan Badan Sertifikasi Halal Jepang dalam Meningkatkan Industri Halal pada Masa Pemerintahan Shinzo Abe. *Media Bahasa, Sastra, dan Budaya Wahana* www.journal.unpak.ac.id/index.php/i_dea Vol. 27 No. 2. Jakarta: Universitas Darma Persada.

Safitri, D. E. 2018. *Strategi Jepang Menerapkan Halal Tourism untuk Menarik Wisatawan Muslim Asia Tenggara (2013-2017)*. Yogyakarta: Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Shazlinda, M. Y. dan Shutto, N. 2014. The Development of Halal Food Market in Japan: An Exploratory Study. *Procedia*

– *Social and Behavioral Sciences*, 121, 253-261.

Syarifah Chairunnisa, Indun Roosina, dan Erni Puspitasari. 2022. Implementasi Budaya Omotenashi dalam Meningkatkan Wisata Halal di Kota Jepang. *Idea : Sastra Jepang* www.journal.unpak.ac.id/index.php/i_dea Vol. 4 No. 2. Jakarta: Universitas Darma Persada.

Yasuda, S. 2017. Managing Halal Knowledge Platforms for Halal Tourism in Japan. *Asian Journal of Tourism Research*.

Yoshinobu Sato dan Abdullelah A. 2014. Comparative Analysis of the Western Hospitality and the Japanese Omotenashi: Case Study Research of the Hotel Industry. *Bussines and Accounting Review Vol. 14 No. 1-15*.

Yustica, M. dan Widiandari, A. 2022. *Pariwisata Halal: Menangkap Perkembangan dan Potensi Wisata Halal di Jepang*. [www.doi.org/10.1051/e3sconf/202235902027](https://doi.org/10.1051/e3sconf/202235902027) Diakses pada Rabu, 11 Januari 2023

Wibyaninggar, S.A. dan Aminah, S. 2018. *Halal Tourism as Japan's Economic and Diplomatic Strategy*. Jakarta: Universitas Indonesia.