

PAPER NAME

**PEMAHAMAN TENTANG WISATA HALAL  
L PADA MASYARAKAT JEPANG.docx**

AUTHOR

**ANDA ERY**

WORD COUNT

**3729 Words**

CHARACTER COUNT

**23501 Characters**

PAGE COUNT

**13 Pages**

FILE SIZE

**40.9KB**

SUBMISSION DATE

**Aug 15, 2022 12:53 PM GMT+8**

REPORT DATE

**Aug 15, 2022 12:56 PM GMT+8****● 23% Overall Similarity**

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 23% Internet database
- 9% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 2% Submitted Works database

## PEMAHAMAN MASYARAKAT JEPANG TENTANG WISATA HALAL

Anda Prasetyo Ery  
POLITEKNIK PARIWISATA MAKASSAR  
andaery@poltekparmakassar.ac.id

Rita Agustina  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA JAKARTA  
rita\_japanese@yahoo.com

### ABSTRAK

Penulisan karya tulis ilmiah ini bertujuan untuk memaparkan pemahaman masyarakat Jepang tentang wisata halal serta meyakinkan wisatawan muslim bahwa negara Jepang sangat aman dan nyaman untuk dikunjungi, penulisan ini dilatar belakangi oleh meningkatnya kunjungan wisatawan Indonesia ke Jepang, yang sebagian besar dari mereka adalah wisatawan muslim. Peningkatan ini terjadi mulai tahun 2016 dengan perbandingan pada tahun 2015 sebanyak 205.000 wisatawan, tahun 2016 sebanyak 270.000 wisatawan, tahun 2017 sebanyak 350.000 wisatawan, dan pada tahun 2018 sebanyak 396.900 wisatawan.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif yakni bentuk penelitian yang ditujukan untuk menggambarkan fenomena – fenomena yang ada, baik yang bersifat alamiah maupun rekayasa manusia. Dari hasil wawancara ditemukan bahwa warga Jepang telah memahami dengan baik tentang arti “halal”, dibanding warga Myanmar dan Brazil. Begitupun dari hasil wawancara dengan wisatawan Indonesia yang telah berlibur ke Jepang mengatakan tidak ada masalah dengan makanan halal maupun sholat lima waktu ketika mereka melakukan wisata di Jepang, karena *halal food* restaurant dan *muslim friendly* kedai sudah berkembang dan mendapat dukungan dari pemerintah Jepang.

Pemerintah Jepang sangat serius menggalakkan “wisata halal” yang bertujuan untuk mendatangkan wisatawan muslim ke Jepang, oleh sebab itu pemerintah Jepang membekali warganya dengan pengetahuan tentang makna “halal” dalam agama Islam, sehingga wisatawan muslim khususnya wisatawan muslim Indonesia yang datang merasa nyaman dan tidak ada kekhawatiran mengenai makanan halal, dan ibadah sholatpun tetap bisa dijalankan dengan tersedianya fasilitas tempat sholat di Bandara, di destinasi wisata, tempat perbelanjaan besar, bahkan di restoran atau kedai. Dengan adanya langkah pemerintah Jepang dalam hal wisata halal membuat beberapa travel agent Jepang membidik wisatawan Indonesia dengan paket halal tour yang mereka tawarkan.

Kata kunci : masyarakat Jepang, wisata, halal, wisatawan.

### A. Latar Belakang

Jepang adalah Negara terletak pada benua Asia (Asia Timur) paling Ujung dan hanya mempunyai tiga Negara tetangga yakni China, Korea Selatan, dan Korea Utara. Berbeda dengan Indonesia yang mempunyai banyak Negara tetangga. Karena kondisi geografis dan historis maka Jepang jarang bersentuhan dengan Negara lain. Karena adanya Globalisasi dan Stagnasi Ekonomi Domestik di Jepang yakni kebutuhan untuk masuknya pasar internasional, kebutuhan menerima kedatangan orang asing, untuk menggiatkan

kembali ekonomi Jepang, serta menjelang Olimpiade 2020 maka perlu adanya persentuhan dengan orang asing dengan cara berusaha meningkatkan kunjungan wisatawan termasuk wisatawan muslim. Hal ini bisa dilihat kembali kondisi Jepang sekitarempat tahun yang lalu sulit bagi wisatawan Indonesia untuk bepergian ke daerah atau negara non muslim. Kesulitan yang dihadapi adalah pada sulitnya mencari masjid atau mushola untuk melakukan ibadah sholat dan restoran makanan halal. Kebanyakan wisatawan Indonesia membawa makanan sendiri dari Indonesia yang praktis untuk di bawa, namun itupun hanya bisa dimakan saat di hotel saja. Dengan kesulitan yang ada maka akan mengurungkan niat masyarakat Indonesia untuk melancong ke daerah atau negara non muslim. Melihat kondisi tersebut maka pemerintah negara non muslim di Asia yakni Jepang berusaha keras untuk membangun fasilitas untuk memenuhi kebutuhan wisatawan dari negara muslim termasuk Indonesia. Berbagai macam kebijakan telah ditetapkan oleh pemerintah Jepang mulai tahun 2016 yakni dengan cara memberikan peluang bagi lembaga muslim di Jepang dan masyarakat non muslim Jepang untuk mendirikan usaha jasa pariwisata khususnya wisata halal termasuk memberikan kesempatan kepada lembaga muslim di Jepang bersinergi dengan lembaga muslim dari luar Jepang mendatangkan ulama terkenal dunia memberikan sosialisasi terhadap pelaku pariwisata di Jepang mengenai Islam dan konsep “halal” dalam ajaran agama Islam. Sejak saat itu pemerintah Jepang melengkapi fasilitas bagi wisatawan muslim dengan mendirikan masjid di berbagai kota, serta menghimbau kepada pelaku usaha jasa pariwisata di Jepang seperti bandara, restoran, dan mall – mall besar agar menyediakan mushola ataupun tempat sholat. Sejak saat itu satu persatu restoran maupun kafe halal mulai berkembang di Jepang. Perlahan – lahan jumlah kunjungan wisatawan muslim kian meningkat, demikian juga peningkatan kunjungan terjadi pada wisatawan Indonesia ke Jepang. Peningkatan ini bisa dilihat pada tabel di bawah ini :

**Tabel 1. Jumlah Kunjungan Wisatawan Indonesia ke Jepang**

<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
<b>205.000 orang</b>	<b>270.000 Orang</b>	<b>350.000 orang</b>	<b>396.900 orang</b>

Sumber : Nurkholis Lamaau “Kabar News”, 2018.

Dari tabel di atas pertumbuhan peningkatan dari tahun 2015 ke tahun 2016 sebanyak 64.445 orang, pada tahun 2016 ke 2017 sebanyak 80.000 orang, sedangkan dari tahun

2017 ke tahun 2018 sebanyak 46.900 wisatawan dari target yang ditetapkan pada tahun 2018 sebanyak 400.000 wisatawan.

26 Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis ingin membahas mengenai “Pemahaman Masyarakat Jepang Tentang Wisata Halal”.

## 18 B. Rumusan masalah

Dari latar belakang di atas juga maka rumusan masalah yang ditetapkan adalah sebagai berikut :

1. Apa penyebab meningkatnya kunjungan wisatawan Indonesia ke Jepang?
2. Sejauh mana peranan masyarakat Jepang dalam pengembangan wisata halal di Jepang ?

## C. Batasan masalah

## D. Kajian Teori

### 1. Konsep Masyarakat Jepang

Masyarakat terbagi menjadi dua jenis yakni masyarakat perkotaan dan masyarakat pedesaan. Masyarakat pedesaan adalah sebuah wilayah dimana warganya memiliki 7 hubungan yang lebih erat dan lebih mendalam daripada hubungan mereka dengan warga pedesaan yang lainnya. Sistem kehidupan yang mereka bangun biasanya berkelompok dan berdasarkan sistem kekeluargaan, pada umumnya mereka hidup dari bercocok tanam atau bertani. Golongan orang – orang yang lebih tua biasanya memegang peranan penting. 6 Sedangkan masyarakat perkotaan atau *urban community* adalah masyarakat kota yang jumlah penduduknya tidak menentu, 7 Memiliki ciri kehidupan yang berbeda dengan masyarakat pedesaan. Masyarakat kota terkesan menonjolkan kedudukan sosialnya dan cenderung memandang sesuatu sebagai kebutuhan hidup. (Soekanto, 2012)

Masyarakat Jepang dalam kehidupannya memiliki konsep *uchi* dan *soto*, *uchi* adalah 1 *mono no nakagawa, nakagawa, kakou, kokoro no naka, jibunka, nado*, yang memiliki makna subjek atau objek yang dekat, tertutup, apa yang ada dalam hati, rumah sendiri dan lain – lain. Sedangkan *Soto* adalah *gai, soto, hoka, hazuzu, seito dewanai mono,* 1 *gaikoku no ryaku, hahakata no miuchi*. Yang artinya adalah luar, lain, menjauhkan, bukan orang tradisional, tempat yang tidak boleh dimasuki, negeri asing, keluarga dari sisi ibu. (Kokugo Jiten dalam Izarina, 2012) Teori lain mengatakan bahwa 1 *uchi, soto* adalah kami, kita yang tinggal dalam rumah yang sama, sedangkan *soto* adalah mereka, tetangga, atau orang yang tidak tinggal serumah dengan kita (Bachnik dkk, 1993 : 63) Namun konsep *uchi-soto* saat ini

sudah mulai lentur, siapa saja yang dianggap cocok dalam sebuah perusahaan baik di dalam Jepang maupun diluar Jepang maka bisa jadi ia menjadi *uchi* dan sebaliknya yang dianggap tidak cocok maka ia menjadi *soto* tergantung dari masing – masing individu, hal ini disebabkan masyarakat Jepang sudah banyak berinteraksi dengan dunia luar sehingga menyebabkan masyarakat Jepang perlu untuk memahami budaya dari luar selain budaya mereka sendiri. (Izarina, 2012)

## 2. Konsep Wisata Halal

Ada beberapa ahli yang mengemukakan pendapatnya tentang definisi pariwisata tersebut diantaranya Damanik dan Weber (2006: 1) menyebutkan bahwa pariwisata adalah fenomena pergerakan manusia, barangam dan jasa, yang sangat kompleks. Ia terkait dengan organisasi, hubungan-hubungan kelembagaan dan individu, kebutuhan layanan, penyediaan kebutuhan layanan, dan sebagainya.

Sementara Marpaung (2002: 13) mendefinisikan pariwisata sebagai perpindahan sementara yang dilakukan manusia dengan tujuan keluar dari pekerjaan-pekerjaan rutin, keluar dari teman kediamannya. Aktifitas dilakukan selama mereka tinggal di tempat yang tuju dan fasilitas dibuat untuk memenuhi kebutuhan mereka. Wisata sendiri berarti suatu proses bepergian yang sifatnya sementara yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok menuju tempat lain diluar tempat tinggalnya. Motif kepergiannya bisa karena kepentingan ekonomi, kesehatan, agama, budaya, social, politik, dan kepentingan lainnya. (Gamal, 2004)

Wisata halal berasal dari konsep kata “halal”, kata halal berasal dari kata bahasa Arab yang artinya diijinkan atau dibolehkan. Dalam ajaran agama Islam kata “halal” tidak hanya berlaku hanya untuk makanan dan minuman namun berlaku dalam seluruh kehidupan umat muslim baik laki – laki maupun perempuan. Konsep ini mengharuskan umat muslim untuk mengkonsumsi produk yang diijinkan atau dibolehkan termasuk makanan dan minuman, perbankan dan finansial, pariwisata, kosmetik, pekerjaan dan lain sebagainya. (El-Gohari, 2010) Wisata halal dapat dikatakan sebagai konsep baru dalam industri pariwisata yang menawarkan paket dan tujuan wisata yang didesain untuk melayani kebutuhan wisatawan muslim (Asazuma, 2015), Sedangkan Mohsiin et al (2016) menyatakan bahwa wisata halal adalah penyediaan produk dan layanan pariwisata yang memenuhi kebutuhan wisatawan sesuai ajaran agama Islam. Pengertian wisatawan menurut Smith (Kusumaningrum, 2009 : 16) adalah orang yang sedang tidak bekerja, atau sedang berlibur dan secara sukarela mengunjungi daerah lain untuk mendapatkan sesuatu yang lain. Sedangkan

Soekadijo (2000) mengatakan wisatawan adalah pengunjung pada suatu negara setidaknya tidaknya tinggal selama 24 jam dan datang atas dasar motivasi :

- a. Mengisi waktu senggang atau berlibur, bersenang – senang, untuk alasan kesehatan, studi, keluarga, dan sebagainya.
- b. Melakukan perjalanan untuk keperluan bisnis.
- c. Melakukan perjalanan untuk mengunjungi pertemuan – pertemuan atau sebagai utusan (ilmiah, administrative, diplomatik, keagamaan, olahraga, dan sebagainya).
- d. Dalam rangka pelayaran, pesiar, jika ia tinggal sekurang – kurangnya 24 jam.

### 3. Karakteristik Wisatawan Indonesia

Tiap negara memiliki karakteristik berbeda antara negara satu dengan lainnya. Bagi pelaku wisata perlu memperhatikan karakteristik masing – masing bangsa untuk dapat memudahkan dalam berkomunikasi dan memberikan pelayanan. Wisatawan Indonesia dikenal wisatawan yang gemar berfoto, suka berbelanja, dan bepergian dengan group atau rombongan. (Amalia dan Ganepa, 2018) Destinasi di Jepang yang paling banyak dikunjungi oleh wisatawan Indonesia adalah Tokyo, Osaka. Di Tokyo terdapat sembilan kebun atau taman untuk menikmati bunga sakura ketika melakukan wisata di musim semi dan berbagai macam festival ketika musim panas, ketika musim gugur pemandangan lain dari pada yang lain dengan adanya perubahan warna pada daun momiji dari hijau berubah menjadi oranye kemerahan, sedangkan pada musim dingin meskipun salju sedikit turun di Tokyo terdapat iluminasi yakni lampu warna – warni yang dihias di pinggir jalan, di gedung – gedung, di pepohonan dan di jalan - jalan. Sedangkan Osaka adalah kota yang berada di wilayah Kansai, Osaka merupakan kota sejarah, dahulu Osaka merupakan ibukota Jepang dan menjadi pusat perkembangan ekonomi di Jepang, karena merupakan pusat sejarah maka banyak kastil yang berdiri megah di Osaka, selain itu Osaka juga merupakan pusat kuliner, dan surga belanja souvenir bagi wisatawan Indonesia dengan harga yang cukup murah. Osaka juga memiliki destinasi wisata air terbesar setelah Okinawa. (H.I.S Tours And Travel, 2017)

Metode penelitian yang digunakan dalam karya tulis ini adalah metode deskriptif yakni bentuk penelitian yang ditujukan untuk menggambarkan fenomena – fenomena yang ada, baik yang bersifat alamiah maupun rekayasa manusia.

## F. Pembahasan Hasil Penelitian

### Peningkatan Kunjungan Wisatawan Indonesia Ke Jepang

Dalam hubungannya dengan pariwisata menurut Utama (Yoeti, 2017 : 111) mengatakan bahwa wisatawan melakukan perjalanan dipengaruhi berbagai motivasi. Motivasi mengapa wisatawan melakukan perjalanan, yaitu pertama adalah alasan pendidikan dan kebudayaan yang terdiri atas (a) ingin melihat bagaimana rakyat negara lain bekerja dan bagaimana cara hidupnya. (b) Ingin melihat kemajuan – kemajuan yang telah dicapai oleh negara lain. (c) Ingin menyaksikan tempat – tempat bersejarah, peninggalan – peninggalan kuno, monumen – monumen, kesenian rakyat, industri kerajinan, festival, evens, keindahan alam dan lain – lain. (d) untuk mendapatkan saling pengertian dan ide – ide baru ataupun penemuan baru (e) berpartisipasi dalam suatu festival kebudayaan, kesenian, dan lain – lain. Yang kedua adalah alasan santai atau kesenangan. Ketiga alasan kesehatan, olahraga, dan rekreasi. Keempat alasan keluarga. Kelima adalah alasan bisnis, sosial politik dan konferensi. Keenam adalah alasan persaingan dan hadiah. Kenaikan wisatawan Indonesia ke Jepang pada tahun 2018 sebanyak 12,7% dari kunjungan sebelumnya. Amalia dan Ganepa, 2018 menyebutkan faktor – faktor yang menyebabkan wisatawan Indonesia berkunjung ke Jepang diantaranya adalah

- a. Adanya fasilitas bebas visa bagi pemegang e passport selama tidak kurang dari 15 hari.
- b. Adanya kegiatan MICE tingkat Internasional
- c. Banyak fasilitas ramah muslim
- d. Bertambahnya tempat souvenir murah
- e. Banyak restoran unik
- f. Mitingkatnya fasilitas umum

Untuk mendapatkan data penelitian penulis telah mewawancarai sebanyak lima orang informan yakni wisatawan Indonesia yang telah berkunjung ke Jepang. Berikut ini tabel wawancara penulis dengan informan. Pertanyaan wawancara seputar tempat yang disukai, ketersediaan makanan halal, fasilitas *pray room*/mushola/ masjid di Jepang,

**Tabel 1. Hasil Wawancara Kepada Wisatawan Indonesia**

### Tahun Kunjungan Tahun 2016 -2018

<b>Informan</b>	<b>Destinasi yang disukai</b>	<b>Makanan Halal</b>	<b>Fasilitas Sholat</b>
Ibu Kusmawati	Disneyland Chiba, taman bunga sakura di Tokyo, Nagoya.	Membawa sendiri makanan dari Indonesia untuk dimakan di hotel. Ketika dalam perjalanan mencari tempat/ restoran halal. Restoran halal sudah banyak di Jepang.	Fasilitas sholat tersedia.
Ibu Rosul Paki	Jepang memiliki empat musim. Dan setiap musimnya memiliki karakteristik tersendiri. Ingin menikmati Jepang di semua musim. Telah mengunjungi Tokyo, Nagoya, Kyoto, Osaka	Saat ini makanan halal di Tokyo dan sekitarnya sudah banyak di Jepang dan tersedia di tiap kota di Jepang.	Masjid, tempat sholat sudah banyak dan mudah ditemui
Bapak Yusuf Randi	Mengunjungi Tokyo, Kyoto, Osaka, Takayama.	Ada makanan halal namun masih harus mencari restoran halal. Tidak langsung bisa menemukan restoran halal.	Ada tempat seperti kamar atau ruangan kecil khusus yang disewa oleh yayasan/ lembaga tertentu untuk ibadah sholat.
Ibu Aan Amalia	Menyukai wisata kastil di daerah Osaka dan Kyoto	Mudah menemukan restoran halal. Guide dari Tours And Travel di Jepang tahu dengan baik letak restoran halal.	Tempat untuk sholat tersedia di Tourist Information dan di restoran halal
Chandra Alya	Menyukai Kyoto dan Universal Studio di Osaka.	Mudah menemukan restoran halal. Guide dari Tours And Travel di Jepang tahu dengan baik letak restoran halal.	Tempat untuk sholat tersedia di Tourist Information dan di restoran halal, masjid bs dijumpai dengan mudah. Guide Jepang mengenal letak restoran halal dan masjid, mushola, tempat sholat.

Dari tabel di atas dapat ditemukan bahwa dalam melakukan kunjungan wisatanya wisatawan muslim Indonesia tidak mengalami kesulitan yang berarti. Restoran halal sudah tersedia di setiap kota, masjid, mushola, atau tempat sholat sudah tersedia meskipun untuk tempat sholat khususnya masih sangat sederhana dan tidak terlalu luas yang disertai dengan tempat wudhu.

Jika sebelumnya wisatawan Indonesia sulit untuk mendapatkan informasi mengenai destinasi halal di Jepang hal ini diperkuat melalui wawancara kepada wisatawan Jepang yang telah berkunjung ke Jepang pada tahun 2008 yang mengatakan, "Pada saat itu sangat sulit menemukan restoran halal apalagi tempat untuk sholat, mushola, maupun masjid. Masjid pada waktu itu hanya ada di Tokyo, sehingga sulit untuk melakukan sholat Jumat, harus naik kereta terlebih dahulu, apalagi jarak antara tempat tinggal saya ke Tokyo cukup jauh."

Wisatawan muslim Indonesia yang lain mengatakan bahwa, " Pada tahun 2014 masih sulit menemukan tempat sholat sehingga sholat dilakukan di taman adapun tempat sholat hanya tersedia di restoran halal yang menjual makanan Timur Tengah, fasilitas yang bisa ditemui untuk kebutuhan wisatawan muslim hanya di Tokyo saja seperti toilet dengan menggunakan air, masjid atau tempat sholat meskipun pada waktu itu masih belum cukup banyak."

Namun dengan adanya pengembangan wisata halal oleh pemerintah Jepang yang didengungkan mulai tahun 2016 kesulitan – kesulitan wisatawan muslim berangsur – angsur menemui kemudahan. Fasilitas ramah muslim dan makanan ramah muslim sudah tersedia meskipun masih belum secara langsung bisa didapatkan. Banyaknya lembaga baik pemerintahan maupun bukan, perorangan, maupun kelompok telah membuat panduan destinasi halal bagi wisatawan muslim, pada saat ini pelaku pariwisata Jepang menjadikan Indonesia sebagai pasar utama untuk destinasi wisata di Jepang sebelum negara muslim lainnya. Hal ini disebabkan karena hubungan antara Jepang dan Indonesia yang terjalin cukup lama. Selain itu juga untuk menyambut Olimpiade tahun 2020 di Jepang, maka pemerintah Jepang melengkapi segala macam fasilitas khususnya bagi pendatang muslim. Pada saat ini di Jepang telah terdapat lembaga sertifikasi halal, penulis menemukan ada lima buah logo sertifikasi halal, hal ini sering membuat wisatawan muslim kesulitan, sertifikasi halal yang mana yang harus dipercayai. Pemerintah Jepang masih belum menetapkan standart sertifikasi halal. Selain itu kendala bagi pihak terkait pebisnis restoran halal mengeluhkan akan mahalnya harga untuk memperoleh sertifikasi halal tersebut, sehingga mereka hanya bisa membuat tanda *pictogram* pada restorannya atau tanda yang bertuliskan *muslim friendly*.

**Tabel 2. Restoran Halal / Ramah Muslim di Tokyo**

NO	NAMA	PRODUK	TEMPAT
1	Naritaya Halal Ramen Shop	Ramen	Asakusa
2	Halal Ramen Ouka	Ramen	Shinjuku
3	Sushiken	Sushi	Asakusa
4	Sumiyakiya	Yakiniku	Roppongi
5	Manekinneko	Bermacam - macam	Shinjuku
6	Saray Kebab	Kebab	Asakusa
7	Ayam ya	Ramen	Sta Okachimachi
8	Tsunahachi	Tempura	Ginza
9	Kakigoya	Oysters	Tsukiji Sta
10	Tendon Ginza Ituki	Tendon	Sta Ginza

Sumber : Halal Media Japan, 2019

**Tabel 3. Restoran Halal /Ramah Muslim di Osaka-Kansai**

NO	NAMA	PRODUK	TEMPAT
1	Konomon	Konomon	Sta Noda - Osaka
2	Bulls	Sukiyaki	Sta Namba - Osaka
3	Ramen Honolu	Ramen	Sta Namba – Osaka
4	Okonomiyaki	Okonomiyaki	Dontonburi
5	AyamYa	Ramen	Osaka
6	Halal Nagoya	Tebasaki dan Miso	Nagoya
7	Nagoya's Miso	Miso dan Udong	Nagoya
8	Halal Wagyu	Wgyu	Osaka
9	NaritaYa Gion	Ramen	Kyoto

Sumber : Halal Media Japan, 2019.

### **G. Peranan Masyarakat Jepang Dalam Pengembangan Wisata Halal Di Jepang.**

Masyarakat Jepang adalah masyarakat yang dapat menerima perbedaan, baik perbedaan yang terjadi pada kehidupan masyarakat dalam negaranya sendiri maupun dari luar Jepang. Mereka memahami dan berusaha untuk dapat memberikan yang dibutuhkan oleh tamunya. Termasuk salah satunya adalah melayani kebutuhan wisatawan muslim. Salah satu usaha mereka dalam pemenuhan kebutuhan wisatawan muslim untuk memudahkan wisatawan muslim dalam kunjungannya ke Jepang adalah dengan membuat panduan tentang destinasi halal baik di media sosial dan melalui pamflet. Anak – anak muda di Jepang menjadi pelopor membuat beberapa panduan bagi wisatawan muslim, mereka mendengarkan keluhan wisatawan muslim saat berkunjung di Jepang, para pemuda Jepang menciptakan, *Halal Media Japan, Halal Gourmet Japan, Muslim Map Tokyo* yang dalam penjelasannya disertai dalam bahasa Inggris, Jepang, dan Indonesia dan masih banyak lagi media sosial yang lainnya. Dengan panduan tersebut akan lebih memudahkan bagi wisatawan muslim ketika melakukan perjalanan wisata di Jepang. Di dalam panduan tersebut wisatawan

muslim dapat menemukan hotel, restoran, masjid, mushola ataupun tempat sholat, transportasi dan semua kebutuhan wisatawan muslim. Mereka berusaha untuk memahami apa yang dibutuhkan oleh wisatawan muslim dalam hal ini mereka juga berusaha untuk memahami makna “halal”. Seiring dengan berkembangnya panduan wisata halal pemerintah Jepang melakukan gebrakan untuk membangkitkan wisata halal di Jepang sekaligus menyambut olimpiade tahun 2020 yang akan diikuti oleh atlet diberbagai penjuru dunia. Fasilitas dan sarana untuk umat muslim di Jepang ditingkatkan, melakukan sosialisasi tentang makna “halal” kepada masyarakat Jepang melalui seminar tentang Islam dengan mengundang ulama besar dunia, mengundang duta besar dari Negara muslim untuk Jepang berbuka bersama Menteri Abe dan masih banyak kegiatan lain dalam rangka mendalami kebutuhan dan keperluan umat muslim di Jepang. Penulis mewawancarai enam orang Jepang untuk mengetahui pemahaman tentang makna “halal”.

**Tabel 4. Pemahaman Masyarakat Jepang tentang Makanan Dan Minuman Halal**

<b>Informan</b>	<b>Pemahaman tentang makanan dan minuman halal</b>
Soichi Yoshijima	Memahami dengan baik makanan dan minuman halal, cara memasak (masakan tidak boleh dicampur dengan bahan tidak halal) cara memotong binatang, peralatan tidak boleh dicampur.
Kumakura Naoki	Mengerti makanan dan minuman halal, peralatan tidak boleh bercampur, namun belum tahu bagaimana cara memotong binatang.
Mana Kakinuma	Memahami makanan dan minuman halal. Hanya saja kesulitan dalam masalah memotong hewan. Masih kurang tempat pemotongan hewan muslim.
Miyu Kurihara	Memahami makanan dan minuman halal, biasanya di hotel dapur halal tersendiri. Dan ruangan makan juga di bedakan.
Hana Tomioka	Memahami makanan dan minuman halal, mulai dari pemotongan hewan hingga cara memasak hal ini diterapkan pada diri sendiri.
Shimizu	Memahami dengan baik makanan dan minuman halal, cara memasak (masakan tidak boleh dicampur dengan bahan tidak halal) cara memotong binatang, peralatan tidak boleh

	dicampur.
Yo Nonaka	Sangat memahami konsep “halal”, peralatan dapur, dan bahan makanan tidak boleh dicampur dengan bahan yang tidak halal, hotel atau penginapan ramah muslim sudah mulai tersedia meskipun belum banyak. Pemerintah Jepang tidak terlalu mencampuri mengenai ini semua karena pemerintah Jepang bersifat sekuler. Namun mendukung perkembangan yang ada serta memberikan kesempatan kepada pebisnis “halal” <i>tourism</i> .

Sumber : olahan penulis, 2019

Dari wawancara kepada tujuh orang Jepang, penulis menemukan bahwa pada dasarnya masyarakat Jepang memahami konsep “halal” pada makanan dan minuman, peralatan dipisahkan dari peralatan yang biasanya digunakan untuk makanan dari bahan tidak halal, bahan tidak boleh dicampur dengan bahan makanan tidak halal, bahkan sampai dengan dapur yang terpisah serta ruang makan tersendiri bagi wisatawan muslim. Kebanyakan konsep “halal” ini masih pada batas makanan dan minuman, namun belum sampai kepada konsep “halal” dalam kehidupan umat muslim. Namun <sup>31</sup> hal ini merupakan suatu perkembangan yang luar biasa dalam membangun wisata halal di Jepang. Masyarakat khususnya para pemuda Jepang sangat antusias menyediakan kebutuhan wisatawan muslim di Jepang. Penulis sempat bertemu dengan wisatawan Myanmar dan Brazil yang berkunjung di Jepang, keduanya mengatakan tidak tahu sama sekali tentang konsep “halal”.

## H. Kesimpulan

Beberapa tahun terakhir wisata halal berkembang di berbagai Negara, baik di Negara muslim maupun non muslim. <sup>32</sup> Jepang adalah salah satu Negara non muslim yang sangat gencar mengembangkan wisata halal. Seiring dengan adanya wisata halal maka pemerintah Jepang melengkapi fasilitas bagi wisatawan muslim. Sejak diberlakukannya wisata halal di Jepang maka meningkat pula kunjungan wisatawan muslim dari berbagai Negara muslim di dunia, termasuk wisatawan muslim dari Indonesia ke Jepang. Sebagai Negara non muslim masyarakat Jepang masih belum secara keseluruhan memahami konsep “halal” sepenuhnya. Untuk itu pemerintah Jepang bersinergi dengan lembaga <sup>3</sup> muslim baik dari dalam negeri Jepang maupun

lembaga muslim dari luar negeri memberikan pemahaman kepada masyarakat Jepang dan pihak yang terkait dengan usaha jasa pariwisata mengenai konsep “halal”. Dengan demikian pengusaha yang terkait jasa pariwisata khususnya wisata halal berusaha untuk memenuhi segala kebutuhan wisatawan muslim termasuk fasilitas, sehingga menimbulkan kenyamanan bagi wisatawan muslim yang melakukan wisata di Jepang.

Peran serta para pemuda Jepang baik muslim maupun non muslim dan lembaga muslim di Jepang sangat besar, dengan menciptakan panduan wisata halal bagi wisatawan muslim serta mengeluarkan sertifikat halal untuk restoran di Jepang oleh lembaga muslim akan mempermudah wisatawan muslim, meskipun belum ada standar baku yang ditetapkan oleh pemerintah Jepang mengenai sertifikat halal, karena untuk mendapatkan sertifikat halal harus mengeluarkan biaya yang cukup besar sehingga beberapa restoran maupun kafe menggunakan tulisan *muslim friendly* atau *pictogram* saja.

## I. Daftar Pustaka

- <sup>11</sup> Asazuma, Takumi. 2015. Halal Tourism Activates Japanese Tourism Market. <http://human.kanagawa-u.ac.jp/gakkai/student/pdf/i11/110320.pdf>.
- <sup>19</sup> Amalia, Aan Dan Ganepa, Dian. Destinasi utama Favorit Di Jepang Berdasarkan Musim Bagi wisatawan Indonesia Sebagai Pengguna Jasa H.I.S Tours And Travel Bandung. Jurnal Kepariwistaan, Vol. 02 No. 2 Februari 2018
- <sup>1</sup> Bachnik, Jane M, Charles J. Quinn Jr. 1993. *Situated Meaning : Inside and Outside in Japanese Self, society, and Language*. New Jersey : Princetone University Pers.

- 9 Damanik Janianton dan Weber, Helmut. 2006. Perencanaan Ekowista Dari Teori Ke aplikasi. Yogyakarta : PUSPAR UGM dan Andi.
- 10 El-Gohari, H. 2010. Halal Tourism, *is it really halal? Tourism management Perspectives*.
- 13 Izarina, Nindya, Ayu. Konsep *Uchi-Soto* Dalam Interaksi Sosial Orang Jepang Yang Bekerja Di universitas Airlangga Surabaya. *Japanology*, Vol.1 No.1 September 2012.
- 22 Kusumaningrum, Dian. 2009. Persepsi Wisatawan Nusantara Terhadap Daya Tarik Wisata Di Kota Palembang. Tesis
- Marpaung, Happy. 2002. Pengetahuan Kepariwisata. Bandung : Alfabeta.
- 21 Mohsin, A., Ramli, N dan Alkhulaifi,BA. 2016. Halal Tourism : Emerging Opportunities. *Tourism Management Perspective*.
- 8 Satriana, Dewi, eka dan Faridah, Durrotul, Hayyun. 2018. Wisata halal : Perkembangan, Peluang, dan Tantangan. *Journal of Halal Product and Research (JHPR0 Vol. 1.No. 2. Mei – November 2018*.
- Soekanto, Soerjono. 2012. Sosiologi suatu Pengantar. Jakarta : Raja Grafindo.
- 20 Soekadijo, RG. 2000. Anatomi Pariwisata. Memahami Pariwisata sebagai “Sistemic Linkage”. Jakarta : Gtamedia.
- Suwantoro, Gamal. 2004. Dasar – Dasar pariwisata. Yogyakarta : Andi
- Rai, Utama, Igusti, Bagus. 2017. Pemasaran Pariwisata. Yogyakarta: Andi.
- 17 Wahidati, Lufi dan Sarinastiti, Eska. Perkembangan Wisata halal Di Jepang. *Jurnal Gama Societa Vo..1 No. 1. Januari 2018*.

<https://www.halalmedia.jp/>

35 <https://www.halalgourmet.jp/>

<https://www.jnto.or.id/berita-jnto>

● **23% Overall Similarity**

Top sources found in the following databases:

- 23% Internet database
- 9% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 2% Submitted Works database

TOP SOURCES

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1	<b>journal.unair.ac.id</b> Internet	3%
2	<b>repository.undhirabali.ac.id</b> Internet	2%
3	<b>123dok.com</b> Internet	2%
4	<b>jurnal.ugm.ac.id</b> Internet	2%
5	<b>pt.scribd.com</b> Internet	2%
6	<b>eprints.umm.ac.id</b> Internet	1%
7	<b>lib.unnes.ac.id</b> Internet	<1%
8	<b>repository.radenintan.ac.id</b> Internet	<1%

9	<b>poltekparmakassar on 2022-07-13</b>	<1%
	Submitted works	
10	<b>repository.ub.ac.id</b>	<1%
	Internet	
11	<b>download.atlantis-press.com</b>	<1%
	Internet	
12	<b>jurnal.staim-probolinggo.ac.id</b>	<1%
	Internet	
13	<b>repositori.usu.ac.id</b>	<1%
	Internet	
14	<b>digilibadmin.unismuh.ac.id</b>	<1%
	Internet	
15	<b>jimfeb.ub.ac.id</b>	<1%
	Internet	
16	<b>repository.unhas.ac.id</b>	<1%
	Internet	
17	<b>jurnal.umsu.ac.id</b>	<1%
	Internet	
18	<b>ramabie.com</b>	<1%
	Internet	
19	<b>repository.widyatama.ac.id</b>	<1%
	Internet	
20	<b>id.123dok.com</b>	<1%
	Internet	

21	<b>e-journal.unair.ac.id</b> Internet	<1%
22	<b>repository.uir.ac.id</b> Internet	<1%
23	<b>coursehero.com</b> Internet	<1%
24	<b>id.scribd.com</b> Internet	<1%
25	<b>blasemarang.kemenag.go.id</b> Internet	<1%
26	<b>kreasimasamuda.blogspot.com</b> Internet	<1%
27	<b>fortinusa.co.id</b> Internet	<1%
28	<b>jurnal.pnk.ac.id</b> Internet	<1%
29	<b>scribd.com</b> Internet	<1%
30	<b>animevent.blogspot.com</b> Internet	<1%
31	<b>archive.org</b> Internet	<1%
32	<b>bisniswisata.co.id</b> Internet	<1%

33	<b>eprints.iain-surakarta.ac.id</b> Internet	<1%
34	<b>innovationandtechnology.blogspot.com</b> Internet	<1%
35	<b>ejournal.uin-suka.ac.id</b> Internet	<1%