

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pariwisata saat ini menjadi sektor yang memiliki arti penting bagi suatu negara. Adanya pariwisata dapat memberikan keuntungan dalam segala bidang, yang meliputi bidang ekonomi, politik, sosial dan budaya. Hal tersebut membuat berbagai aktor internasional berlomba-lomba agar unggul dalam bidang ini, seperti dijumpai pada negara-negara yang saling berkompetisi menarik wisatawan untuk datang ke negaranya. Salah satunya adalah Korea Selatan. Korea Selatan merupakan salah satu negara yang memiliki destinasi wisata yang selalu menjadi incaran para wisatawan serta keanekaragaman budaya yang unik, sehingga perlu adanya peningkatan sektor pariwisata. (Rianti, 2019)

Popularitas Korea Selatan dikalangan masyarakat internasional, telah memberikan perubahan signifikan pada pertumbuhan ekonomi negara *K-Pop* ini dalam beberapa dekade terakhir. Tercatat pada tahun 2014, terdapat 12.300.000 wisatawan di seluruh dunia yang berkunjung ke Korea Selatan. Pada tahun 2015 mengalami penurunan, hanya sekitar 11.480.000 wisatawan. Pada tahun 2016 mendapat angka yang cukup jauh dibanding tahun sebelumnya, yaitu sekitar 15.490.000. Pada tahun 2017 dan 2018 mengalami penurunan kembali jumlah kunjungan wisatawan. (*Korea Tourism Organization*, 2019)

Dari sekian sektor pendukung kemajuan ekonomi di Korea Selatan, sektor pariwisata terlihat memiliki peran yang cukup signifikan dan menjanjikan. Untuk itu, pemerintah Korea Selatan melalui *Korea Tourism Organization* (KTO) merupakan lembaga yang mengurus urusan pariwisata Korea Selatan, terus melakukan berbagai perbaikan layanan pariwisata, termasuk mengembangkan pariwisatanya menjadi wisata halal atau wisata ramah muslim.

KTO didirikan pada tahun 1962, yang memiliki kantor cabang di berbagai negara seperti Asia Timur yaitu Cina dan Jepang. Selain itu ada juga negara-negara Asia Tenggara, seperti Singapura, Malaysia dan juga Indonesia. Salah satu tujuan di dirikannya kantor cabang KTO adalah untuk melakukan promosi dan juga untuk mempermudah calon wisatawan yang ingin mendapatkan informasi mengenai Korea Selatan. (KTO Jakarta, 2018)

Konsep dalam pelaksanaan wisata halal ini selalu memperhatikan dan mempertimbangkan nilai serta hukum syariat Islam dalam setiap prosesnya. Nilai halal dan haram menjadi tolak ukur utama dalam mempersiapkan seluruh aspek kegiatan wisata. Artinya, semua kebutuhan wisata halal harus memiliki standarisasi yang telah ditetapkan oleh pelaku wisata halal. Hal ini menjadi dasar keyakinan, bahwa Islam adalah agama yang bersifat menyeluruh dan bersinggungan langsung dengan seluruh aspek kehidupan. (Ledya Safitri, 2020)

Industri pariwisata di Korea Selatan kini mulai berkembang dengan adanya wisata halal atau wisata ramah muslim, yang di fokuskan untuk wisatawan muslim yang berkunjung ke Korea Selatan. Dilansir dari data *Education for Employment* (EFE, 2016), pada tahun 2015 terdapat lebih dari setengah wisatawan muslim tinggal di Asia. Dengan demikian, Asia bisa menjadi salah satu kontributor terbesar dalam menyebarkan industri halal di dunia. Alasan mengapa industri ini menjadi begitu menarik, karena meningkatnya jumlah wisatawan muslim di negara non-muslim dan jumlah populasi muslim di seluruh dunia (Tabel 1.1).

Tabel 1.1
Populasi Muslim Global

Benua populasi	Total populasi pada tahun 2018 (Dalam jutaan)	Presentase muslim	Populasi muslim di tahun 2018 (Dalam jutaan)
Asia	4542.5	52.47%	673.56
Afrika	1283.6	32.61%	1481.11
Eropa	746.29	7,67%	57.27
Amerika Utara	496	1,04%	5.14
Amerika Selatan	535.12	0,41%	2.2084
Oceania	40.8	1,86%	0.76
Total	7644.31	29.04%	2220.05

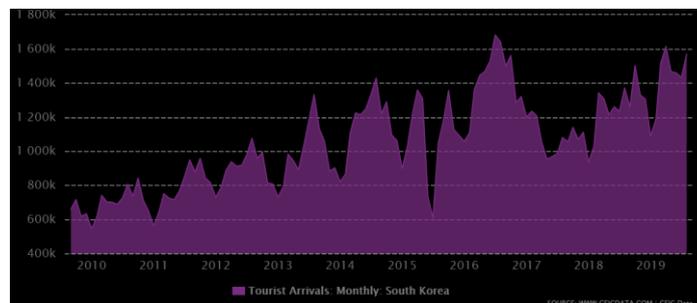
Sumber : www.muslimpopulation.com

Meningkatnya jumlah populasi muslim global, berarti meningkatkan pengeluaran mereka saat bepergian. Wisatawan muslim memiliki alasan yang sama ketika mereka bepergian untuk menjelajahi berbagai tujuan dan merasakan budaya unik yang ada di sekitar mereka. Umat Islam memiliki syarat dan kebutuhan tertentu saat bepergian, seperti tersedianya sarana shalat dan makanan halal. Meningkatnya pertumbuhan jumlah penduduk muslim dan wisatawan muslim di seluruh

dunia, dapat dijadikan sebagai peluang untuk mengembangkan dan menyebarkan industri halal ke seluruh dunia. (Sigid Widyantoro, et.al, 2019)

Berdasarkan data yang dilansir dari www.ceicdata.com, dalam kurun waktu 2010-2019 terdapat peningkatan tajam jumlah wisatawan yang berkunjung ke Korea Selatan. Dapat dilihat pada gambar grafik 1.1

Gambar Grafik 1.1
Kunjungan Wisatawan Asing ke Korea Selatan tahun 2010-2019



Sumber : www.ceicdata.com

Namun bila kita lihat lebih detail, terdapat penurunan tajam jumlah kunjungan wisatawan ke Korea Selatan pada tahun 2015. Hal ini disebabkan merebaknya wabah *Middle East Respiratory Syndrome* (MERS) di kawasan Timur Tengah sejak tahun 2012, sehingga membuat warganya dilarang melakukan perjalanan ke luar negeri. Terdapat korelasi positif antara merebaknya wabah *Middle East Respiratory Syndrome* (MERS) di Timur-Tengah dengan penurunan jumlah kunjungan wisatawan asing ke Korea Selatan. (Yunseon Choe, et.al, 2021)

Pada tahun yang sama, pemerintah Tiongkok memutuskan untuk melarang warganya berwisata ke Korea Selatan. Dikarenakan buruknya

pelayanan yang diterima wisatawan dari negara Tiongkok, akibat ulah sejumlah agen pariwisata yang menawarkan paket wisata dibawah standar. Kebijakan larangan yang dilakukan pemerintah Tiongkok tersebut, turut menambah daftar penurunan drastis jumlah wisatawan asing yang berkunjung ke Korea Selatan. (Yunseon Choe, et.al, 2021)

Popularitas destinasi wisata di negeri ginseng ini juga telah berhasil menembus pasar Timur-Tengah. Pada Agustus 2012, kunjungan wisatawan dari negara-negara Timur-Tengah seperti Uni Emirat Arab memberi kontribusi sebesar 128,5 persen jumlah kunjungan wisatawan. Sedangkan Arab Saudi sebesar 84,4 persen, Mesir sebesar 33,9 persen dan Bahrain sebesar 33,3 persen. (Kompas.com, 2012)

Namun dengan adanya wabah MERS pada tahun 2012, berdampak pada penurunan jumlah wisatawan Timur Tengah ke Korea Selatan. Selain itu, larangan serupa juga muncul bagi wisatawan asal Tiongkok, membuat konsentrasi pasar pariwisata Korea Selatan bergeser ke kawasan Asia Timur. Disatu sisi *Korea Tourism Organization* (KTO), selaku badan pemerintah yang menangani bidang pariwisata Korea Selatan, juga dihadapkan pada tantangan pencapaian target jumlah kunjungan wisatawan asing pasca penurunan wisatawan di tahun 2015. Disisi lain pasar Asia didominasi umat Islam, sehingga perlu adanya treatment atau perlakuan berbeda dibandingkan wisatawan lain pada umumnya. (Yunseon Choe, et.al, 2021)

Setelah mengalami penurunan jumlah kunjungan wisatawan di tahun 2015, KTO memiliki strategi baru dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan asing ke Korea Selatan, yaitu dengan dibuatnya data target jumlah kunjungan wisatawan asing. Dapat dilihat pada tabel 1.2

Tabel 1.2
Data target kunjungan wisatawan asing ke Korea Selatan

Tahun	Jumlah Wisatawan Asing (Dalam jutaan)
2016	17.24
2017	13.34
2018	15.35
2019	17.5
2020	20.0

Sumber : <https://www.visitkorea.or.id>

Korea Tourism Organization (KTO) melancarkan sejumlah strategi dan kebijakan baru dengan dibuatnya data target tersebut. Sehingga mampu menaikkan kembali jumlah wisatawan asing yang berkunjung ke Korea Selatan, setelah terjadinya penurunan jumlah wisatawan pada tahun 2015 yang dapat dilihat pada gambar grafik 1.1 diatas

1.2. Pokok Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, pokok masalah untuk penelitian ini adalah bagaimana strategi *Korea Tourism Organization* (KTO) dalam meningkatkan daya tarik wisatawan asing, yang berkunjung ke Korea Selatan khususnya dari negara-negara mayoritas muslim?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui perkembangan dunia pariwisata di Korea Selatan
2. Mengetahui peran KTO di Korea Selatan

3. Mengetahui strategi KTO dalam meningkatkan jumlah wisatawan muslim ke Korea Selatan melalui wisata halal
4. Mengetahui kontribusi wisata halal terhadap perkembangan dan pertumbuhan pariwisata di Korea Selatan

1.4. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis :

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman, gambaran serta wawasan yang luas dan lebih mendalam sebagai acuan, referensi bagi para pembaca mengenai masalah wisata halal di Korea Selatan.

2. Manfaat Praktis :

- a. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan makin bertambahnya wawasan dan ruang lingkup tentang wisata halal.
- b. Untuk memberikan inspirasi dan kreatifitas bagi para pengusaha dalam bidang wisata atau *tour travel* agar dapat mengembangkan bisnis pariwisata dengan memanfaatkan konsep syariah yang sesuai ajaran Islam.
- c. Untuk menjadi bahan pertimbangan dalam memperluas perkembangan jaringan dan inovasi wisata-wisata halal, khususnya restoran hotel bersertifikasi halal.

1.5. Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir merupakan abstraksi dari hasil pemikiran atau kerangka dan acuan yang bertujuan mengadakan kesimpulan terhadap

dimensi-dimensi. Secara umum, teori adalah sebuah sistem konsep abstrak yang mengindikasikan adanya hubungan diantara konsep-konsep tersebut yang membantu kita memahami sebuah fenomena. (Sardar, Ziauddin, 1996)

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori pembangunan pro pertumbuhan model *flying geese* dan teori pemasaran 4P (*product, price, place, promotion*). Teori pembangunan merupakan sebuah proses perubahan yang dilakukan melalui upaya-upaya secara sadar dan terencana. Sedangkan pro pertumbuhan adalah proses perkembangan, perubahan, peningkatan yang terjadi secara alami sebagai dampak dari adanya pembangunan. Peningkatan atau pertumbuhan produksi yang cepat di sektor industri dan jasa mempunyai kontribusi terhadap pendapatan nasional menjadi semakin besar. Apabila ada modal dan modal itu diinvestasikan, hasilnya adalah pembangunan ekonomi. Seperti halnya pembangunan ekonomi di Korea Selatan. Dalam waktu kurang dari 30 tahun, Korea Selatan maju pesat dari sebuah negara pertanian menjadi negara industri dan perdagangan. (Darini dan Ririn, 2010)

Adapun model *flying geese* sebagai perkembangan ekonomi di kawasan Asia yang diibaratkan seperti gerakan angsa terbang yang bergerak maju dalam suatu formasi berbentuk huruf V. Akibat adanya perbedaan tahap dalam pembangunan ekonomi inilah, pembagian kerja internasional yang bersifat saling melengkapi dapat terjadi. Pembagian kerja akan tercipta ke negara-negara yang memiliki industri-industri yang

sudah kehilangan keunggulan komparatif, sehingga mengalihkan industri-industri tersebut ke negara lain yang akan, atau sedang mempunyai keunggulan komparatif. (Akamatsu Kaname, 1961)

Chen dan Edward KY dalam buku “*Asian and Pasific economic cooperation in trade and investment in a changing international economic environment*” membuat ilustrasi model *flying geese*, yang dapat dilihat pada gambar 1.2 dibawah ini.



Sumber : Edward KY. Judul Buku “*Asian and Pasific economic cooperation in trade and investment in a changing international economic environment*”

Gambar ilustrasi diatas dapat dijelaskan bahwa negara yang berada paling depan dalam formasi angsa terbang di Asia adalah Jepang. Di belakang Jepang ada segerombolan angsa terbang lapis kedua yang terdiri dari negara-negara industri baru di Asia (NIB Asia) yaitu Korea Selatan, Hongkong, Taiwan, dan Singapore. Selanjutnya di lapisan ketiga ada

Malaysia, Indonesia, Thailand, Filipina, Vietnam, Kamboja, Myanmar dan lainnya. Formasi tersebut bisa saja berubah, ketika negara yang berada paling depan mengalami penurunan terhadap pertumbuhan ekonomi di negaranya, maka negara-negara lain yang berada dibelakangnya secara langsung akan menggantikan posisinya. Hal tersebut tidak dapat di pungkiri, karena setiap negara pasti memiliki pasang surut dalam hal pertumbuhan ekonomi.

Dalam konteks pembangunan dan perkembangan sektor pariwisata saat ini, Korea Selatan telah menjadi *leader* pariwisata halal di Asia. Hal tersebut telah di buktikan oleh Korea Selatan, yang hanya dalam waktu 4 tahun terjadi lonjakan wisatawan muslim yang berkunjung dari tahun 2016-2019 (www.ceicdata.com).

Teori pemasaran 4P (*product, place, price, promotion*) merupakan kombinasi dari variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari system pemasaran yaitu produk, distribusi, harga dan promosi. Dengan kata lain, teori pemasaran 4P ini adalah variabel yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk dapat mempengaruhi tanggapan konsumen. Sampai saat ini model 4P masih populer dan menjadi elemen kunci dalam sebagian besar literatur pemasaran. Sama halnya seperti Korea selatan yang menggunakan strategi pemasaran 4P sebagai upaya untuk meningkatkan perkembangan dan pertumbuhan sektor pariwisata khususnya wisata halal. (Taupasar.com, 2020)

Strategi pemasaran 4P yang diterapkan oleh *Korea Tourism Organization* (KTO) juga turut menambah peningkatan jumlah kunjungan wisatawan yang berkunjung ke Korea Selatan. Itu artinya melalui KTO, Korea Selatan bisa menunjukkan eksistensinya di bidang wisata halal dan dapat bersaing dengan negara-negara maju lainnya yang juga mempunyai wisata halal.

1.6. Tinjauan Pustaka

1. Skripsi Upaya *Korea Tourism Organization* (KTO) Dalam Mempromosikan Pariwisata Korea di Indonesia yang ditulis oleh Rianti pada tahun 2019. Penelitian ini berfokus pada bagaimana penerapan KTO untuk menarik wisatawan Indonesia berkunjung ke Korea. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis lebih menekankan kepada bagaimana wisata halal yang ada di Korea Selatan dan bagaimana KTO mempromosikan wisata halal yang ada di Korea Selatan ke negara-negara lain yang ada di dunia terutama asia, bukan hanya satu negara saja.
2. Artikel Jurnal “*Trend* Pariwisata Halal Korea Selatan” dalam Jurnal SENASPRO 2017 (Seminar Nasional Dan Gelar Produk) yang ditulis oleh Demeiati Nur Kusumaningrum, Aulia Mawaddah Fairuz, Erima Puspita Putri, Erdina Putri Amalia pada tahun 2017. Penelitian ini menjelaskan tentang kepentingan Korea Selatan dalam menerapkan kebijakan pariwisata ramah muslim di tengah protes kalangan gereja, bahwa suatu negara yang mayoritas non-muslim bisa toleransi

terhadap muslim yang ada di negara mereka untuk berkunjung, agar tidak ada terjadinya diskriminasi antar agama. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti membahas tentang bagaimana KTO meningkatkan wisata halalnya di Korea Selatan.

3. Artikel Jurnal “*Halal Food Industry in Southeast Asia’s Muslim Majority Countries : A Reference for Non-Muslim Countries. Intellectual Discourse, 27 (SI # 1), 767-781*” Diambil dari jurnal <https://journals.iium.edu.my/intdiscourse/index.php/id/article/view/1455> yang ditulis oleh Sigid Widyantoro, Rafika Arsyad dan Mochammad Fathoni pada tahun 2019. Penelitian ini menjelaskan tentang industri makanan halal, terutama di kawasan Asia guna memberikan kesan untuk meningkatkan pertumbuhan penduduk muslim pada kawasan tersebut. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti tidak hanya membahas tentang industri makanan halal saja, melainkan strategi, kebijakan, ekonomi dalam meningkatkan wisata halal di Korea Selatan.
4. Buku Praktik *Public Relations* di Era Disruptif yang ditulis oleh Primadona Qurrota Ayun dan kawan-kawan. Dalam buku ini menjelaskan tentang pariwisata halal Korea Selatan dalam meningkatkan daya saing di era disruptif serta bagaimana peran pemerintahan dalam menghadapi hal tersebut. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti tidak membahas daya saing pariwisata melainkan membahas tentang wisata halal yang ada di Korea Selatan

serta bagaimana *Korea Tourism Organization* (KTO) bersama pemerintah Korea Selatan dapat bekerja sama untuk meningkatkan wisata halal tersebut.

1.7. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Metode ini digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah dengan hasil penelitian kualitatif yang lebih menekankan kepada makna. Dalam pengertiannya, penelitian kualitatif adalah penelitian yang bersifat empiris (dapat diamati dengan panca indera sesuai dengan kenyataan). Penelitian kualitatif bertujuan untuk meningkatkan pemahaman kita tentang fenomena, aktivitas-aktivitas, proses-proses sosial. Penelitian yang dilakukan lebih terfokus pada makna dan pemahaman (Bakry, 2016).

Dalam penulisan ini, data yang di dapatkan oleh penulis berasal dari sumber sekunder seperti jurnal-jurnal, berita, serta data-data yang dikeluarkan oleh badan-badan yang meneliti masalah wisata halal. Metode penelitian yang digunakan penulis bersifat deskriptif. Setelah data dikumpulkan, maka kemudian data akan diolah menjadi sebuah kesimpulan yang dapat menjawab rumusan masalah penelitian ini (Lezi, 2011)

1.8. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif, analisis data merupakan proses berkelanjutan yang dilakukan oleh peneliti dengan fokus pada data-data yang telah dikumpulkan. Proses yang berlangsung secara terus menerus

ini, mengharuskan peneliti untuk mengolah data-data yang telah diperoleh sehingga data-data tersebut menjadi jelas, dapat dipahami dan memberikan makna. (Alan Bryman, et al, 2008)

Pada penelitian ini, peneliti menitikberatkan pada data yang bersumber dari artikel jurnal, buku serta situs resmi badan-badan yang meneliti masalah wisata halal. Langkah awal pada proses ini adalah peneliti melakukan pencarian data beserta sumber-sumbernya. Proses ini mengambil waktu yang tidak sedikit, karena kebanyakan jurnal yang dicari merupakan jurnal internasional. Setelah data-data yang dikumpulkan cukup, proses selanjutnya yang dilakukan peneliti adalah menganalisis data-data tersebut dan menghubungkan antara konsep-konsep yang telah dibuat, lalu mengaitkan dengan teori atau literatur yang relevan dengan isu penelitian yang sedang diteliti. (Alan Bryman, et al, 2008)

1.9. Sistematika Penulisan

Sistematika dalam penulisan ini adalah sebagai berikut :

Bab I Merupakan sub Pendahuluan yang berisi latar belakang, perumusan masalah, tujuan perumusan masalah, manfaat penelitian.

Bab II Membahas konsep halal pada bidang pariwisata Korea Selatan

Bab III Membahas peran *Korea Tourism Organization* (KTO) sebagai badan pariwisata Korea Selatan yang bertugas mengembangkan pariwisata khususnya wisata halal di Korea Selatan.

Bab IV Menganalisis strategi dan implementasi KTO dalam mempromosikan wisata halal di Korea Selatan.

Bab V Membahas hasil dari kesimpulan penelitian.