

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor pariwisata telah lama menjadi salah satu pilar ekonomi global yang paling menjanjikan. Fenomena ini semakin menguat seiring dengan pergeseran pola konsumsi masyarakat urban kelas menengah, yang kini lebih cenderung menginvestasikan pendapatan mereka pada pengalaman dan gaya hidup daripada sekadar membeli barang fisik. Pergeseran ini menciptakan celah pasar yang baru dan beragam, termasuk pariwisata halal. Istilah ini merujuk pada subkategori pariwisata yang dirancang khusus untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi wisatawan Muslim. Pertumbuhan segmen pasar ini sangat pesat, menjadikannya salah satu sektor pariwisata global dengan pertumbuhan tercepat. Menurut proyeksi, pendapatan global dari pariwisata halal diperkirakan akan mencapai \$274 miliar pada tahun 2023, dengan jumlah wisatawan Muslim internasional yang mencapai 158 juta pada tahun 2020.

1.2 Definisi Pariwisata Halal

Secara umum, pariwisata halal didefinisikan sebagai bentuk layanan dan produk wisata yang dirancang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, seperti ketersediaan makanan halal, hotel yang bebas dari alkohol, serta penyediaan fasilitas ibadah bagi wisatawan Muslim (Battour & Ismail, 2016). Relevansi pariwisata halal semakin kuat dengan meningkatnya kesadaran umat Muslim terhadap gaya hidup halal dalam berbagai aspek, termasuk dalam aktivitas berwisata. Selain itu, tren globalisasi dan mobilitas internasional memperkuat

kebutuhan akan destinasi wisata yang dapat menjamin kenyamanan sekaligus kepatuhan pada nilai-nilai agama.

1.3 Studi Kasus Jepang dan Jerman

Perkembangan yang signifikan di negara-negara non-Muslim adalah fenomena yang menarik, dua contoh utama yang sering dibahas adalah Jepang dan Jerman. Meskipun tidak memiliki populasi Muslim mayoritas, kedua negara ini berhasil menarik perhatian dan mengalami peningkatan yang substansial dalam tingkat kedatangan turis Muslim, termasuk dari negara-negara dengan populasi Muslim terbesar seperti Indonesia. Kehadiran mereka sebagai pemain kunci dalam industri ini menimbulkan pertanyaan mendalam tentang bagaimana narasi dan kepentingan di balik perkembangan pariwisata halal dibentuk dan dikelola di lingkungan yang berbeda secara budaya.

1.4 Tujuan Studi Pustaka

Laporan studi pustaka ini bertujuan untuk mengupas tuntas narasi tersebut dengan berlandaskan pada analisis kritis dari jurnal "Narasi Industri Pariwisata Halal di Negara Jepang dan Jerman" oleh Hilda Rahmah dan Hanry Harlen Tapotubun (2020). Tujuannya adalah untuk mendefinisikan secara komprehensif konsep pariwisata halal, menganalisis strategi yang diimplementasikan di Jepang dan Jerman, menerapkan kerangka teoritis hegemoni Laclau dan Mouffe untuk mengevaluasi narasi tersebut secara kritis, dan pada akhirnya, menarik implikasi strategis serta rekomendasi yang relevan bagi Indonesia sebagai pemimpin global di sektor ini. Laporan ini disusun secara kualitatif, mengandalkan sintesis dan

analisis mendalam dari berbagai dokumen, artikel, dan laporan terkait. Struktur laporan akan bergerak dari pembahasan konseptual, analisis studi kasus, hingga simpulan yang memberikan rekomendasi strategis yang aplikatif.