

**STRATEGI PEMERINTAH THAILAND DALAM
MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN MUSLIM
MELALUI PENERAPAN KONSEP WISATA HALAL**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Menempuh Derajat Sarjana S-1
Ilmu Hubungan Internasional**



**Disusun Oleh :
TAMA SILVIANA
(07041281722121)**

**JURUSAN ILMU HUBUNGAN INTERNASIONAL
PROGRAM STUDI ILMU HUBUNGAN INTERNASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

2021

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

**STRATEGI PEMERINTAH THAILAND DALAM
MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN MUSLIM
MELALUI PENERAPAN KONSEP WISATA HALAL**

SKRIPSI

Disusun Oleh:

**TAMA SILVIANA
07041281722121**

Telah Disetujui oleh Dosen Pembimbing pada Tanggal 25 November 2021

Pembimbing I

Hoirun Nisyak, S.PD., M.PD
NIP. 197803022002122002



Pembimbing II

Ferdiansyah Rivai, S.IP., MA
NIP. 198904112019031013



HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI

SEKURITISASI KOMODITAS PRODUK SUSU FORMULA HONG KONG MELALUI KEBIJAKAN ANTI-PARALLEL TRADE

SKRIPSI

Telah Dipertahankan di Depan Tim Penguji
Pada Tanggal 5 November 2021
Dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat

TIM PENGUJI SKRIPSI

Hoirun Nisyak, S.PD., M.PD

Ketua



Ferdiansyah Rivai, S.IP., MA

Anggota



Dr. Muchammad Yustian Yusa, S.S., M.SI

Anggota



Muhammad Yusuf Abror, S.IP., MA

Anggota



27 01 2022

Indralaya, 28 Desember 2021

Mengesahkan,
Dekan.

Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sriwijaya



LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Tama Silviana
NIM : 07041281722121
Jurusan : Ilmu Hubungan Internasional

Menyatakan dengan sungguh-sungguh bahwa skripsi saya yang berjudul “Sekuritisasi Komoditas Produk Susu Formula Hong Kong Melalui kebijakan *Anti-Parallel Trade*” ini adalah benar-benar karya saya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku sesuai dengan Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2010 tentang Pencegahan dan Penanggulangan Plagiat di Perguruan Tinggi. Apabila di kemudian hari ada pelanggaran yang ditemukan dalam skripsi ini dan/atau ada pengaduan dari pihak lain terhadap keaslian karya ini, saya bersedia menanggung sanksi yang dijatuhkan kepada saya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sungguh-sungguh tanpa paksaan dari pihak manapun.

Indralaya, 22 November 2021
Yang membuat pernyataan



Tama Silviana
07041281722121

HALAMAN PERSEMBAHAN

Menjadi suatu kebanggaan pada diri sendiri karena menyelesaikan perkuliahan ini dengan semua pengalaman dan kenangan yang telah didapat dan juga bertemu orang-orang yang baik dan hebat. Terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis masih diberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih juga untuk diriku yang sudah melewati perjalanan panjang yang cukup melelahkan dan sudah berjuang sampai pada di titik ini. Skripsi ini saya persembahkan untuk:

- ALLAH SWT atas rahmat dan karuniannya yang telah melancarkan dan memudahkan pengerjaan skripsi ini.
- Dosen pembimbing terbaik Pak Ferdy dan Ibu Hoirun Nisyak yang selalu membimbing, memberi masukan dan meluangkan waktunya untuk penulis.
- Dosen penguji Pak Yusuf dan Pak Yusa yang telah memberikan masukan, perbaikan, kritik, dan saran untuk perbaikan skripsi penulis sehingga penulisan skripsi ini menjadi lebih baik.
- Kedua orang tua tercinta, tak pernah cukup rasa terima kasih atas cinta kasih, doa, semangat, pengorbanan dan kesabaran mereka. Semoga almahum mama di sana dapat melihat anaknya pada akhirnya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Terima kasih karena kalianlah yang menjadi motivasi utama penulis untuk terus mengerjakan skripsi ini hingga akhir.
- Adik-adikku Rifan, Indra, Angga yang mendukung dan memotivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
- Sahabat-sahabatku yang telah menemani selama perkuliahan hingga akhir, yang telah banyak membantu dan memberikan dukungan dalam pengerjaan skripsi ini.
- Almamater kuning kebanggaanku, kampus merah muda, FISIP UNSRI
- *Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for, for never quitting.*

INTISARI

Wisata halal merupakan strategi pengembangan wisata yang dilakukan oleh pemerintah Thailand dalam meningkatkan kunjungan wisatawan muslim ke Thailand. Thailand dalam hal ini ingin membangun citra sebagai negara ramah muslim dengan menyediakan kebutuhan wisatawan muslim dan juga memanfaatkan peninggalan-peninggalan islam di Thailand yang didukung dengan promosi yang dilakukan oleh perwakilan negara dalam memperkenalkan wisata halal ke negara-negara lain dan memanfaatkan media sosial sebagai media promosi. Adapun tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis strategi pemerintah Thailand dalam meningkatkan kunjungan wisata muslim ke Thailand dengan menerapkan konsep wisata halal. Penelitian ini menggunakan konsep Nation Branding dari Keith Dinnie yang memfokuskan Nation Branding dari tiga indikator penelitian yaitu, *Nation Brand Identity*, *Communicators of Nation Brand*, *Nation Brand Image*. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dan menggunakan data sekunder sebagai sumber penelitian yang didapat melalui jurnal, buku, berita, makalah, artikel, dan sumber lainnya. Hasil dari penelitian ini mendapatkan bahwa strategi yang dilakukan oleh pemerintah Thailand dalam meningkatkan kunjungan wisatawan muslim dengan menggunakan konsep wisata halal memberikan hasil yang diharapkan dimana setelah upaya membentuk citra positif sebagai negara ramah muslim memberikan hasil yang diharapkan yaitu terjadinya peningkatan kunjungan wisatawan yang berawal dari negara muslim.

Kata Kunci: Wisata Halal, *Nation Branding*, Wisatawan Muslim, Negara Ramah Muslim

Pembimbing I



Hoiron Nisyak, S.PD., M.PD
NIP. 197803022002122002

Pembimbing II



Ferdiansyah Rivai, S.IP., MA
NIP. 198904112019031013

Indralaya, 25 November 2021



ABSTRAK

Halal tourism is a tourism development strategy carried out by the Thai government in effort to increase Muslim tourist visitors to Thailand. The Thailand government are working towards building an image as a Muslim-friendly by providing the needs of Muslim tourists and promoting Islamic heritages, introducing halal tourism, and utilizing social media as a promotional media. The purpose of this research is to analyze the Thai government's strategy in increasing Muslim tourist visits to Thailand by applying the concept of halal tourism. This study uses the concept of Nation Branding from Keith Dinnie which focuses on Nation Branding from three research indicators, namely, Nation Brand Identity, Communicators of Nation Brand, and Nation Brand Image. The research method used in this study is descriptive qualitative. Data collection is obtained by secondary data through journals, books, news, papers, articles, and other sources. Through this research we found that the strategy by the Thai government in increasing Muslim tourist by using the concept of halal tourism gave the expected. The government's effort to form a positive image as a Muslim-friendly country shows an increase in tourist arrivals from Muslim countries.

Keywords: *Halal Tourism, Nation Branding, Muslim Tourists, Muslim Friendly Countries*

Pembimbing I



Hoirun Nisyak, S.PD., M.PD
NIP. 197803022002122002

Pembimbing II



Ferdiansyah Rivai, S.IP., MA
NIP. 198904112019031013

Indralaya, 29 Oktober 2020

**Mengetahui,
Ketua Jurusan,**



KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Strategi Pemerintah Thailand dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Muslim Melalui Konsep Wisata Halal”, dan diajukan sebagai salah satu syarat untuk mendapat gelar Sarjana pada Jurusan Ilmu Hubungan Internasional, Universitas Sriwijaya.

Penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan bimbingan dan dukungan moril maupun materil, serta motivasi yang melibatkan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan rasa hormat dan terimakasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaff, MSCE, IPU selaku Rektor Universitas Sriwijaya.

2. Bapak Prof. Dr. Alfitri, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.

3. Bapak Plt. Prof. Dr. Alfitri, M.Si., selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.

4. Bapak Sofyan Effendi S.IP., M.Sii., selaku Wakil Dekan II Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.

5. Bapak Dr. Andy Alfatih, MPA., selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.

6. Bapak Dr. Azhar, SH., M.Sc., LL.M., selaku Ketua Jurusan Ilmu Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.

7. Ibu Hoirun Nisyak, S.Pd., M.Si., selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Hubungan Internasional FISIP Universitas Sriwijaya. Sekaligus selaku Pembimbing I yang telah memberikan arahan, masukan, bimbingan, nasehat, serta bantuan yang sangat membantu penulis dari awal sampai akhir dalam menyelesaikan skripsi ini.

8. Bapak Ferdiansyah Rivai, S.IP., MA., selaku Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, mengingatkan, memeriksa, membantu banyak penulis sampai akhir, memberikan motivasi dan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

9. Admin HI Indralaya Kak dimas dan Mbak Sisca, yang sangat membantu dan melancarkan dalam penyelesaian urusan administrasi jurusan selama perkuliahan.

10. Seluruh dosen dan staf karyawan di jurusan hubungan internasional FISIP UNSRI.

11. Mama, Papa, Adik-adikku, terima kasih atas dukungan doa, semangat, nasehat, perhatian dan sarannya.

12. Sahabat-sahabat yang telah membantu dan kebersamai dari awal hingga akhir Alifia Fahira, Soraya Akiko, Auti Amalia, Debora Dhea, Annelis Tarigan, Rossi Hasmelia, Keni Rianto dan lainnya yang tidak bisa disebutkan semuanya. Terima kasih karena telah memberikan semangat, doa, saran dan bantuan selama perkuliahan.

Semoga amal baik bapak/ibu, saudara/i, teman-teman akan mendapatkan imbalan dan balasan dari Tuhan Yang Maha Esa. Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna maka kritik dan saran yang sifatnya membangun ke arah yang lebih baik sangat diharapkan guna penyempurnaan skripsi dikemudian hari, akhir kata penulis mengucapkan banyak terimakasih dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Amin.

Indralaya, 30 November 2021



Tama Silviana

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI.....	iii
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	72
1.3 Tujuan Penelitian.....	72
1.4 Manfaat Penelitian	72
1.4.2 Manfaat Praktis	7
BAB II.....	8
TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Kerangka Konseptual	14
2.2.1 Nation Branding	14
2.2.1.1 Nation Brand Identity	15
2.2.1.2 Communicators of nation brand identity.....	16
2.2.1.3 Nation brand image Nation brand identity	16
2.4 Argumentasi Utama.....	17
BAB III	18
METODE PENELITIAN.....	18
3.1. Desain Penelitian.....	18
3.2. Definisi Konsep.....	20
3.2.1 Strategi.....	20
3.2.2 Wisata Halal	20
3.3. Fokus Penelitian	28
3.4. Unit Analisis.....	29
3.5. Jenis dan Sumber Data	29
3.6. Teknik Pengumpulan Data.....	29

3.7. Teknik Keabsahan Data	30
3.8. Teknik Analisis Data	32
BAB IV	33
GAMBARAN UMUM	33
4.1 Perkembangan Pariwisata di Thailand.....	33
4.2 Sejarah Perkembangan Wisata Halal di Dunia.....	35
4.3 Perkembangan Wisata halal di Thailand.....	38
BAB V	48
PEMBAHASAN	48
5.1 <i>Nation Brand Identity</i>	48
5.1.1 Pemanfaatan Sejarah Masjid Sebagai Peninggalan Sejarah Islam di Thailand ...	48
5.1.1.2 Masjid Ton Son	49
5.1.1.4 Masjid Haroon.....	53
5.1.2 Wisata Religi Makam Raja Sultan Sulaiman dan Benteng di Khao Daeng	54
5.1.3 Wisata Halal di Thailand Selatan	56
5.2 <i>Communicator of Nation Brand Identity</i>	58
5.2.1 Perwakilan Negara Sebagai Brand Ambassador Wisata Halal.....	58
5.2.3 Pemanfaatan Media Online	62
BAB VI	68
PENUTUP	68
6.1 Kesimpulan.....	68
6.2 Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	23

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top 10 Destinasi Tujuan Wisatawan Muslim di negara Bukan Anggota OKI.....	3
Tabel 1. 2 Indikator Perjalanan Halal untuk mengevaluasi perjalanan pasar Muslim	4
Tabel 2. 1 Tinjauan Pustaka.....	8
Tabel 3. 1 Fokus Penelitian.....	28
Tabel 5. 1 Kunjungan Wisatawan ke Thailand Selatan Berdasarkan Negar	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1Pendapatan Pariwisata Thailand dari 2014 sampai 2019.....	34
Gambar 5. 1 Halaman Resmi Facebook Thailand Muslim Friendly	63
Gambar 5. 2 Youtube Channel Amazing Thailand.....	64
Gambar 5. 3 Tampilan aplikasi Thailand Muslim Friendly.....	65

DAFTAR SINGKATAN

ASEAN	: Association of Southeast Asian Nations
BAS	: Branding, Advertising, Selling
CAGR	: Compound Annual Growth Rate
CICOT	: Central Islamic Commitee of Thailand
DOT	: Destination, Origin, Timeline
GDP	: Gross Domestic Product
GMTI	: Global Muslim Travel Index
HACPP	: Hazard Analysis Critical Control Point
HSC	: Halal Science Center
HSIT	: Halal Standard Institue of Thailand
MRT	: Mass Rapid Transit
OIC	: Organization of Islamic Cooperation
OKI	: Organisasi Kerja Sama Islam
PDB	: Produk Domestik Bruto
POSE	: Paid Media, Origin, Timeline
TAT	: Tourism Authority of Thailand
THB	: Thailand Baht
UEA	: Uni Emirat Arab
WHTS	: World Halal Tourism Summit
WTO	: World Tourism Organization

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Thailand terletak di kawasan Asia Tenggara total luas Thailand seluas 513.120 Km² dan bergabung di dalam keanggotaan ASEAN pada tahun 1967. Thailand terkenal akan kekayaan sumberdaya alam dan keindahan alamnya dalam mengembangkan sumberdaya alam yang ada pemerintah Thailand menerapkan kebijakan yang mendukung investasi asing yang ingin menanamkan modal di Thailand hal ini menyebabkan berkembangnya pembangunan infrastruktur di dalam negeri. Melalui investasi dan perkembangan infrastruktur yang baik, Thailand dapat memiliki total pendapatan domestik bruto pada tahun 2017 sebanyak 1.235 triliun dollar. Selain terkenal akan keindahan alamnya, Thailand merupakan negara dengan mayoritas pemeluk agama Budha bahkan terdapat sekitar 95% total pemeluk agama Budha dan 5% merupakan pemeluk agama Islam yang berada di Thailand Selatan, Hindu, Kristen, dan Konghucu. Thailand sendiri juga terkenal akan banyaknya kuil-kuil bersejarah yang juga menjadi tujuan wisata religi bagi wisatawan asing bahkan terdapat hingga 40.000 kuil yang dapat dijumpai di setiap kota-kota di Thailand seperti kuil-kuil utama yang beradai di Bangkok sebagai Ibukota Thailand.

Kekayaan sumberdaya dan sejarah yang panjang bagi Thailand menjadikan negara ini sebagai negara yang menjadi tujuan bagi wisatawan dari mancanegara dengan sektor pariwisata yang paling berkembang di Asia Tenggara. Berdasarkan data yang didapatkan melalui *World Travel and Tourism Council (WTTC)* sekitar 9,2 % PDB Thailand atau sebesar THBI 292,5 miliar di dapatkan melalui sektor pariwisata dan perjalanan dan terus mengalami kenaikan mencapai 11% pada tahun 2016. Thailand diprediksi akan menjadi

negara ke-10 tercepat pertumbuhan ekonominya dalam satu dekade yang akan datang. Sektor pariwisata dan perjalanan juga memberikan sumbangsih dalam penyerapan tenaga kerja dan pembukaan lapangan kerja bagi penduduk lokal yang dimana terdapat sekitar 6,5 penyerapan tenaga kerja terjadi di dalam sektor pariwisata ini. Penyerapan tenaga kerja lokal juga didukung dengan meningkatnya ekspor pengunjung sebanyak 19,2 % atau setara dengan THB 1891 miliar pada tahun 2016 (WTTC, 2017)

Investasi yang berasal dari Pariwisata di Thailand tumbuh menjadi sebanyak 7,1 persen pada tahun 2016 dari total investasi keseluruhan di dalam negeri, angka ini menunjukkan total sebanyak THB 245,5 miliar atau setara dengan 7 miliar dollar Amerika. Ekspor pengunjung diperkirakan tumbuh 10,3% pada 2017, dan 7,3% per tahun, dari 2017-2027, menjadi THB4,2 triliun (US \$ 119,5 miliar) pada 2027, 29,7% dari total ekspor. Angka pertumbuhan ini jauh di atas rata-rata global sebesar 4,3%. Berdasarkan data tersebut diprediksi akan adanya peningkatan kunjungan pariwisata ke Thailand yang dapat meningkatkan pendapatan negara sehingga dibutuhkan strategi yang tepat agar Thailand dapat menjadi destinasi favorit yang ramah terhadap wisatawan, masyarakat serta lingkungan dengan pembangunan infrastruktur yang berkelanjutan.

Keberhasilan sektor pariwisata Thailand tidak terlepas dari usaha pemerintah Thailand yang terus mempromosikan wisata yang ada di Thailand seperti keindahan alamnya, kuliner, wisata religi, keanekaragaman budaya dan sejarah, serta keramahtamahan penduduknya bahkan pemerintah Thailand juga menjadikan makanan khas dari Thailand sebagai subjek mereka dalam mempererat hubungan antara negara dan menunjukkan jati diri sebagai negara gajah putih dengan keanekaragaman budayanya. Di dalam keseriusan pemerintah untuk mempromosikan pariwisata Thailand, di sini pemerintah juga ingin memperkenalkan keragaman budaya dan historis yang panjang yang

dimiliki oleh Thailand pada dunia Internasional karena seperti yang kita ketahui bahwa Thailand yang merupakan negara gajah putih tersebut terkenal akan keanekaragaman budayanya baik dari tarian, kuil, olahraga tradisional dan di sini pemerintah terus berusaha untuk menunjukkan seluruh kebudayaan yang dimiliki oleh Thailand.

Thailand memiliki kampanye yang dikenal dengan *Amazing Thailand*. Terdapat banyak atraksi dan kegiatan yang bisa dilakukan untuk mengeksplorasi Thailand, mulai dari wisata alam, sejarah dan budaya, rekreasi, belanja, hingga kuliner. Keseriusan lain yang telah dilakukan pemerintah Thailand dimana sejak tahun 1999 pemerintah terus melakukan pembangunan dan perbaikan infrastruktur sehingga wisatawan yang akan berkunjung ke Thailand akan mendapatkan rasa nyaman dan aman ketika berkunjung ke Thailand seperti perluasan jalur transportasi publik Thailand dengan membangun angkutan transformasi umum cepat berupa kereta api cepat seperti BTS skytrain, dan MRT subway dengan tujuan wisatawan dapat terhindar dari kemacetan seperti di Bangkok, karena Bangkok sendiri merupakan pusat dari seluruh aktifitas yang ada di Thailand dan juga merupakan tempat berkumpulnya wisatawan.

Tabel 1. 1 Top 10 Destinasi Tujuan Wisatawan Muslim di negara Bukan Anggota OKI.

Top 10 Non-OIC Destinations

RANK	GMTI 2018 RANK	DESTINATION	SCORE
1	6	Singapore	66.2
2	18	Thailand	56.1
3	19	United Kingdom	53.8
4	24	Japan	51.4
5	27	Taiwan	49.6
5	27	Hong Kong	49.6
7	32	South Africa	47.7
8	35	Germany	45.7
9	36	France	45.2
10	37	Australia	44.7

Sumber : *Global Muslim Travel Index (GMTI) 2018*

Terdapat 10 destinasi pada negara bukan anggota Organisasi Kerjasama Islam pada tahun 2018, Thailand berada pada peringkat kedua dengan total indeks 56,1 yang dimana posisi pertama ditempati oleh Singapura yang menjadi tujuan bagi wisatawan muslim di negara bukan anggota OKI data ini didapat melalui Global Muslim Travel Index pada tahun 2018.

Tabel 1. 2 Indikator Perjalanan Halal untuk mengevaluasi perjalanan pasar

No.	Negara	Skor Sektor	Skor Perjalanan Muslim	Ekosistem Ramah Halal	Skor Kesadaran	Skor Sosial	Skor GIE
1	Malaysia	109	176	167	72	22	1
2	Uni Emirat Arab	94	196	67	94	19	2
3	Turki	72	90	167	18	15	16
4	Indonesia	46	21	133	18	10	11
5	Thailand	44	107	33	9	28	26
6	Arab Saudi	43	45	67	43	18	3
7	Tunisia	42	76	67	4	23	29
8	Maldives	42	19	67	0	81	24
9	Qatar	41	97	33	14	20	7
10	Jordan	39	51	67	4	34	10

Sumber : State Of The Global Islamic Economy Report 2017/18 (SGIER, 2017/18)

Berdasarkan laporan pada *State Of The Global Islamic Economy Report 2017/18*, Thailand menempati posisi kelima dimana pada posisi ini Thailand memiliki skor sektor sebesar 44 poin, dilanjutkan dengan skor perjalanan sebesar 107 poin, ekosistem ramah halal 33 poin, skor kesadaran 9 poin, skor sosial 28 poin dan skor GIE (*Global Islamic Economy*) sebesar 26 poin dalam perjalanan serta ekosistem ramah muslim yang mana tersedianya berbagai fasilitas pelayanan dan tempat publik yang ramah Muslim (*Muslim-friendly services*) bagi wisatawan muslim di Thailand sehingga ini menjadi salah satu indikator lain bagi banyaknya turis muslim yang berkunjung ke Thailand. Hal ini

menyebabkan tingginya minat wisatawan muslim dan diprediksi akan terus meningkat setiap tahunnya membuat pemerintah terus melakukan inovasi dalam mengembangkan pariwisatanya dengan menerapkan konsep pariwisata halal bagi wisatawan asing muslim

Konsep wisata halal di Thailand sebenarnya telah dirancang oleh pemerintah Thailand semenjak tahun 2015 dan dapat terealisasi secara baik sejak tahun 2016 hingga tahun 2020. Konsep wisata halal yang dilakukan oleh pemerintah Thailand yaitu untuk mempromosikan produk dan layanan halal bagi wisatawan serta meningkatkan kepercayaan akan produk halal Thailand yang nantinya akan dapat meningkatkan pendapatan negara. Pemerintah Thailand juga memiliki *Tourism Authority of Thailand* (TAT) yang memiliki peran dalam mempromosikan Thailand sebagai negara ramah muslim (Rasyid, 2017)

Thailand juga memiliki Thailand Selatan yang dapat menjadi pusat pengembangan pariwisata halal karena wilayah tersebut memiliki populasi muslim sebanyak 63% di tiga provinsi utama yaitu khususnya di provinsi Patani, Naruthiwat, Yala yang sangat mewarnai dinamika di Thailand Selatan (Helmiati, 2011). Sejarah Islam yang telah ada di wilayah Patani memiliki sejarah yang lebih panjang dari pada negara-negara yang ada di semenanjung melayu sehingga pada wilayah Thailand selatan terdapat banyak peninggalan sejarah Islam baik berupa masjid dan peninggalan sejarah berupa masjid, peninggalan kerajaan Islam, baik berupa puing-puing kerajaan, benteng kerajaan, dan masih banyak lagi.

Mayoritas penduduk yang tinggal di Thailand Selatan merupakan pemeluk agama muslim yang sudah lama bermukim maka kebudayaan dan kegiatan sehari-hari pun mengikut ajaran Islam yang ada seperti acara rutin yang dilaksanakan setiap tahunnya yang merupakan adapun adat istiadat masyarakat muslim di Patani dengan menyajikan nasi

kerabu sebagai makanan khas penduduk muslim di Patani pada saat adanya pertemuan para para pemimpin agama dan masyarakat di wilayah Patani karena banyaknya tempat-tempat peninggalan Islam serta objek wisata lainnya di Thailand Selatan dapat menjadi destinasi tujuan wisatawan muslim untuk berkunjung ke Thailand Hal ini lah yang mendasari penelitisn ini dengan judul **“STRATEGI PEMERINTAH THAILAND DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN MUSLIM MELALUI PENERAPAN KONSEP HALAL”**

1.2 Rumusan Masalah

“Bagaimana strategi pemerintah Thailand dalam meningkatkan kunjungan jumlah wisatawan muslim ke Thailand dengan menggunakan konsep wisata halal dengan memanfaatkan wilayah Thailand Selatan?”

1.3 Tujuan Penelitian

1. Memberikan informasi bagaimana strategi pemerintah Thailand dalam meningkatkan kunjungan wisatawan muslim melalui konsep pariwisata halal.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Memberikan manfaat dalam memberikan pengetahuan dan informasi tentang perkembangan industri pariwisata halal yang ada di Thailand dan strategi yang dilakukan oleh pemerintah Thailand yang menerapkan konsep wisata halal yaitu adanya peningkatan kunjungan wisatan musim ke Thailand serta dapat menjadi sumber referensi bagi penelitian selanjutnya dalam kajian yang berkaitan dengan pariwisata halal.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Menambah pengetahuan serta wawasan lebih dalam tentang pariwisata halal dan serta strategi yang diterapkan oleh pemerintah Thailand dalam meningkatkan kunjungan wisatawan muslim melalui penerapan konsep wisata halal.
2. Penelitian ini dapat menjadi informasi bagi pemerintah Indonesia untuk mengembangkan konsep wisata halal di dalam negeri.

DAFTAR PUSTAKA

- (2014). Retrieved April 29, 2021, from ThaiWebsite.com:
<http://www.thaiwebsites.com/tourists-nationalities-Thailand-2014.asp>
- Aan Komariah, D. S. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Abulof, U. (2014). Deep Securitization and Israel's "Demographic Demon". *International Political Sociology*, 8(4), 396.
- Adinugraha, H. H. (2018). *Desa Wisata Halal: Konsep Dan Implementasinya Di Indonesia*. . HUMAN FALAH.
- Akamatsu, K. (1962). A Historical Pattern of Economic Growth in developing Countries. *The Developing Economies*.
- Andriani, D. K. (2015). *Laporan Akhir Kajian Pengembangan Wisata Syariah*. Jakarta: Kementerian Pariwisata.
- Aphornsuvan, T. (2014). *History and Politics of The Muslims in Thailand*. Thammasat University.
- Arifin, M. (2011). *Peran Iptek Dalam Pembangunan Industri*. Jakarta: PAPPITEK-LIPI.
- ath-thani, R. (2021, Januari 13). *Saudi Gazette*. Retrieved November 07, 2021, from Saudi Gazette: <https://www.saudigazette.com.sa/article/602463>
- Balzacq, T. (2005). The Three Faces of Securitization: Political Agency, Audience and Context. *European Journal of International Relations*, 11(2), 171-201.
- Barry Buzan, O. W. (1998). *Security: A New Framework for Analysis*. Boulder: Lynne Rienner Publishers.
- Battacharya, V. (2007). What Strategy is Not . *European Bussiness Forum*, (p. 30).
- Bell, D. (2006). *Memory, Trauma and World Politics: Reflections on the Relationship Between Past and Present*. New York: Palgrave Macmillan.
- Bungin, B. (2005). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Center, P. R. (2015, April 2). *The Future of World Religions: Population Growth Projections, 2010-2050*. Retrieved 1 20, 2021, from Pew Research Center: <https://www.pewforum.org/2015/04/02/religious-projections-2010-2050/>
- Chookaew, S. c. (2015). Increasing Halal Tourism Potential at Andaman Gulf. *Journal of Economics, Business and Management*, III (7), 277-279.
- Dinnie, K. (2008). *Nation Branding: Concepts, Issues, Practice*. Butterworth-Heinemann: Elsevier.

- Fachruddin, I. (2009). *Desain Penelitian*. Malang: Universitas Islam Negeri.
- Gbadamosi, A. (2019). *Exploring the Dynamics of Consumerism in Developing Nations. United States of America*. United State of America.
- Hasan, F. A. (2017). Penyelenggaraan Parawisata Halal di Indonesia (Analisis Fatwa DSN-MUI tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah. *Jurnal al Ahkam JURNAL ILMU SYARIAH DAN HUKUM*.
- Helmiati. (2011). *Sejarah Islam Asia Tenggara*. Bandung: Nusa Media.
- Henderson, J.C. (2010). Bab 6: Islam dan pariwisata. Di Menjembatani Teori dan Praktek Pariwisata. Scott, N. dan Jafari, J.(eds), hlm. 75-89. Penerbitan Grup Zamrud
- Islam, A. dan Karkkainen, L. Pariwisata Islam sebagai sebuah kemakmuran fenomena di Laplandia . Program Gelar Pariwisata, Universitas Ilmu Terapan, 2013
- Jakti, H. U. (1995). *Ekonomi Politik Internasional di Asia Pasifik*. Jakarta: Erlangga.
- KEMENPAR. (2015). *Kajian Pengembangan Wisata Syariah*. Jakarta: Kemenpar Republik Indonesia.
- Konsultan, D. (2018). Retrieved Oktober 29, 2021, from <https://www.dckonsultan.com/services/konsultanhaccp>
- Kurnia, T. (2019, Juni 30). *KTT G20 Hasilkan Deklarasi Osaka, Apa Isinya?* Retrieved September 16, 2020, from Liputan6.com: <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4001418/ktt-g20-hasilkan-deklarasi-osaka-apa-isinya>
- Langenbacher, E., & Shain, Y. (2010). *Power and The Past*. Washington D.C: Georgetown University Press.
- Mas'ood, M. (1990). *Ilmu Hubungan Internasional: Disiplin dan Metodologi*. Jakarta: LP3ES.
- MM. (MMM). MMM. MM: KK.
- Moleong, L. J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L. J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Muqbil, I. (2015, Juni). *Thailand's Muslim-Friendly Destination Strategy Goes Well Beyond Just Tourism*. Retrieved November 10, 2021, from Travel Impact Newswire: <https://www.travel-impact-newswire.com/2015/06/thailands-muslimfriendly-destination-strategy-goes-well-beyond-just-tourism/>

- Nazir, M. (2003). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nazir, M. (2003). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nick, J. (2013, September 10). *The Basics of Game Theory And Associated Games* .
Diambil kembali dari issuu:
https://issuu.com/johnsonnick895/docs/game_theory_paper
- Nursanty, E. Wisata Halal, Produk Baru di Islamic Leisure Pariwisata dan Arsitektur .
Program Gelar Pariwisata, Universitas Ilmu Terapan, 2013
- org, F. (1996). *Codex Alimentarius Commission–FAO*.
www.fao.org/input/download/report/141/al97_22e.pdf.
- Osgood, R. E. (1953). *Ideals and Self-Interest in America's Foreign Relations*. Chicago:
University of Chicago Press.
- Patrick, S. M. (2019, Juni 29). Retrieved September 16, 2020, from Matamata politik:
<https://www.matamatapolitik.com/listicle-persiapan-dan-harapan-untuk-ktt-g20-di-jepang/>
- Plano, Jack C.; Roy Olton. (1982). *The International Dictionary*. England: Clio Press Ltd.
- Pratiwi, F. (2016, Oktober 27). *Belajar Halal dari Thailand*. Retrieved 10 22, 2021, from
Republika: <http://www.republika.co.id/berita/koran/teraju/16/01/27/o11t0h1-belajar-halal-dari-thailand>
- Rasyid, A. (2017, Februari 28). *PARIWISATA HALAL DI THAILAND*. Retrieved Januari
16, 2021, from Bussines Law Binus: <https://business-law.binus.ac.id/2017/02/28/pariwisata-halal-di-thailand/>
- Roe, P. (2012). Is securitization a 'negative' concept? Revisiting the normative debate over
normal versus extraordinary politics. *Security Dialogue*, 43(3), 249-266.
- Sahida, W. R. (2011). The Implementation of Halal Compliance Concept Hotel:De Palma.
2nd International Conference of Humanities (pp. 138-142). Singapura: IACSIT
Press.
- SGIER. (2015/16). *STATE OF THE GLOBAL IslamIC ECONOMY REPORT 2015/16*.
Retrieved Januari 20, 2021, from Halal Balancing:
<https://www.halalbalancing.com/Downloads/Events/2015/SGIEReport2015.pdf>
- Sofyan, R. (2012). *Prospek Bisnis Pariwisata Syariah*. Jakarta: Republika.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Suid, I. S. (2017). A Review on Islamic Tourism and the Practical of Islamic Attributes of
Destination in Tourism Business. *International Journal of Academic Research in
Business and Social Sciences*, 255-269.

- Sukmadinata, N. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosadakarya.
- Sureerat Chookaew, O. c. (2015). Increasing Halal Tourism Potential at Andaman Gulf in Thailand for Muslim Country . *Journal of Economics, Business and Management*, 277-279.
- TATNews. (2018, Desember 11). *TAT to promote Muslim-friendly tourism agenda at Thailand Halal Assembly*. Retrieved November 01, 2021, from TATNewsroom: <https://www.tatnews.org/2018/12/tat-to-promote-muslim-friendly-tourism-agenda-at-thailand-halal-assembly/>
- Thomson Reuters and Dinar Standard. (2016). *State of the Global Islamic Economy, 2016-2017*. New York City: Thomson Reuters and Dinar Standard.
- Time, G. (2021). *Thai halal food promotion launched at Lulu outlets in Qatar*. Retrieved November 07, 2021, from Gulf Time: <https://m.gulf-times.com/story/700648/Thai-halal-food-promotion-launched-at-Lulu-outlets-in-Qatar>
- Toruan, D. P. (2008). Kerjasama G20. *INTERNATIONAL MONETARY SYSTEM (IMS) DAN KRISIS FINANSIAL GLOBAL 2008* , 23.
- Vaughn-Williams, N. (2010). *Critical Security Studies: An Introduction*. Abingdon: Routledge.
- Verkaik, R. (2016, Juli 26). *How Angela Merkel's Open-door immigration policy protects Germany from terrorism in the long-run*. Retrieved September 29, 2020, from Independent: <https://www.independent.co.uk/voices/how-angela-merkels>
- WTTC. (2017). Retrieved January 18, 2021, from World Travel & Tourism Council: <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2017/thailand2017.pdf>
- Wuryasti, F. (2013, Oktober 30). *Wisata Halal Konsep Baru Kegiatan Wisata di Indonesia*. Retrieved April 20, 2021, from detikTravel: <https://travel.detik.com/travel-news/d-2399509/wisata-halal-konsep-baru-kegiatan-wisata-di-indonesia>
- Yusuf, A. (2014). *Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.
- Zagare, F. C. (2019). *Game Theory, Diplomatic History and Security Studies* . Oxford: Oxford University Press.
- Zwitter, A., & Wilde, J. H. (2010). *Prismatic Security: Expanding the Copenhagen School to the Local Level*.
<https://www.cicot.or.th/en/abouthttps://www.fao.org/3/y2770e/y2770e08.htm#TopO>