

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Islam menjadi agama yang mengalami pertumbuhan penganut yang sangat cepat di dunia. Faktor-faktor seperti tingkat kelahiran yang tinggi di sebagian besar negara dengan mayoritas penduduk muslim, migrasi, dan konversi ke Islam berkontribusi pada pertumbuhan pesat ini. Perkembangan teknologi dan komunikasi juga memfasilitasi penyebaran nilai-nilai dan praktik-praktik agama Islam di seluruh dunia. Dengan pertumbuhan yang cepat ini, tentunya Islam memiliki dampak yang mendalam bagi banyak aspek kehidupan manusia, baik dalam ranah sosial, budaya, politik, maupun ekonomi.

Islam adalah agama terbesar kedua di dunia setelah Kristen, dengan jumlah penganut yang signifikan di seluruh dunia. Berdasarkan data dari The Royal Islamic Strategic Studies Centre (RISSC) yang berjudul *The Muslim 500 2024*, populasi umat Islam diperkirakan mencapai sekitar 2,07 miliar orang pada tahun 2024 (Al-Khrais et al, 2024). Populasi umat Islam didominasi oleh penduduk benua Asia yang memiliki total persentase 67% dari keseluruhan umat Islam di dunia (GoodStats, 2023)

Berbicara tentang sektor ekonomi, tentunya wisata adalah satu bagian dari sektor ekonomi yang sangat penting dan berkembang pesat di berbagai belahan dunia. Sebagai industri yang melibatkan perjalanan dan kegiatan rekreasi, wisata memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan pengembangan infrastruktur di banyak negara. Di samping itu, wisata juga memengaruhi sektor-sektor terkait seperti perhotelan, makanan dan minuman, transportasi, serta perdagangan barang dan jasa lokal. Dengan globalisasi dan kemajuan teknologi, industri pariwisata semakin berkembang dan memperluas cakupannya, baik dalam hal destinasi maupun ragam pengalaman yang ditawarkan kepada wisatawan. Oleh karena itu, penting bagi negara-negara untuk memahami potensi dan tantangan dalam sektor wisata agar

dapat mengoptimalkan manfaat ekonominya sambil mempertahankan kelestarian lingkungan dan budaya.

Jepang telah meraih popularitas sebagai salah satu destinasi wisata favorit di dunia. Dikenal dengan kombinasi unik antara tradisi kuno dan inovasi modern, Jepang menawarkan pengalaman yang memikat bagi para wisatawan dari seluruh penjuru dunia. Selain itu, jaringan transportasi yang modern dan tersebar luas memudahkan wisatawan untuk melakukan perjalanan antar kota di seluruh Jepang. Pada tahun 2023, tercatat 32,3 juta wisatawan yang mengunjungi Jepang (DataPandas, 2023). Jumlah pengunjung internasional ke Jepang terus meningkat sejak peluncuran kampanye promosi pariwisata yang dikenal dengan nama "Visit Japan" sejak tahun 2003. Kampanye ini ditujukan untuk 14 negara yang termasuk Korea, Taiwan, China, Amerika Serikat, Hong Kong, Inggris, Prancis, Jerman, Australia, Kanada, Singapura, Thailand, Malaysia, dan Indonesia. Pada tahun 2013, tercatat wisatawan asing yang mengunjungi Jepang menembus 10 juta orang untuk pertama kalinya. Di antaranya, terdapat kurang lebih 300.000 orang adalah wisatawan muslim. Jumlah tersebut diprediksi akan terus bertumbuh setiap tahunnya (CrescentRating, 2014).

Untuk mewujudkan prediksi tersebut, tentunya Jepang harus memiliki cara atau strategi yang konkrit. Salah satu strategi yang cocok untuk meningkatkan jumlah wisatawan muslim adalah mengembangkan suatu destinasi menjadi *muslim friendly* atau ramah bagi wisatawan muslim. Dilansir dari laman *honichi.com* ムスリムフレンドリーとは、店舗や施設がイスラム教徒が必要とするものを理解し、できる範囲で適切なサービスを提供することを指します。 Yang berarti *Muslim Friendly* adalah suatu tempat yang memahami dan menyediakan kebutuhan umat Islam. Dilansir dari laman *muslimtravel.id*, istilah *Muslim-Friendly* tersebut mengacu pada fasilitas dan layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan dan preferensi wisatawan muslim walaupun belum sepenuhnya mematuhi pedoman halal peraturan agama Islam. Hal ini mencakup makanan, akomodasi, tempat ibadah, dan kegiatan yang mencerminkan keyakinan agama Islam.

Dengan jumlah wisatawan muslim yang terus meningkat di setiap tahunnya, tentu bisnis wisata halal menjadi sangat menarik untuk diperhatikan dan juga

dikembangkan. Dengan peluang tersebut, Jepang serius dalam mengembangkan wisata halal. Bukti dari keseriusan Jepang adalah diraihnya penghargaan sebagai ‘World Best Non OIC Emerging Halal Destination’ pada World Halal Tourism Award 2016 yang diselenggarakan di Abu Dhabi, UEA. Untuk tahun 2024 Jepang menempati posisi ke-8 dalam *Global Travel Muslim Index (GMTI) 2024* kategori non OIC yang dibuat oleh *Crescent Rating*. Keseriusan Jepang dalam mengembangkan pariwisata halal mempengaruhi peningkatan pendapatan pariwisata internasional Jepang pada tahun 2017. Dengan pendapatan USD 25 miliar, Jepang menempati peringkat ke-13 di dunia dan ke-5 di Asia (Almajunita, 2021).

Meningkatnya pendapatan Jepang dari sektor pariwisata menjadikan pariwisata sebagai sektor penting yang perlu dikembangkan untuk membangun perekonomian Jepang. Shinzo Abe yang saat itu menjabat sebagai Perdana Menteri Jepang melihat potensi keuntungan dari pengembangan pariwisata halal dan memasukkan sektor pariwisata ke dalam kebijakan baru yang disebut *Abenomics*. *Abenomics* merupakan kumpulan kebijakan komprehensif untuk merevitalisasi perekonomian Jepang dari deflasi selama 20 tahun. *Abenomics* memiliki tiga gelombang yang disebut *Three Arrows*, yang meliputi kebijakan moneter agresif, konsolidasi fiskal, dan strategi pertumbuhan. Dengan berkembangnya pariwisata halal, pemerintah Jepang juga mencanangkan sejumlah kebijakan untuk mendorong mobilisasi wisatawan muslim saat berkunjung ke Jepang. Salah satu kebijakan tersebut adalah memudahkan persyaratan visa bagi wisatawan dari negara ASEAN yang dijalankan pada Juli, 2013. Kebijakan tersebut diberlakukan sebagai salah satu bentuk mengembangkan pariwisata halal, karena negara ASEAN adalah salah satu penyumbang wisatawan muslim di Jepang. Kebijakan tersebut juga menjadi tanda untuk memperingati 40 tahun persahabatan dan kerjasama antara Jepang dan ASEAN (Thamrin &Virgianita, 2018).

Dalam menjamu tamu, Jepang memiliki budaya tersendiri untuk hal tersebut. Budaya *Omotenashi*. Dilansir dari laman *omotenashi.fun*, 「おもてなし」とは、  
きゃくじん たい こころ こ せつぐう かんたい  
 客人 に対して 心を込めて 接遇、歓待、サービスなどをする事で、「もてなし」

ていねいご ひょうげん  
 に丁寧語の「お」をつけた表現です。Secara umum, *omotenashi* adalah ungkapan sopan untuk pelayanan dengan tambahan huruf 「お」 yang sopan, yang mengacu pada penerimaan, keramahan, atau pelayanan yang sepenuh hati terhadap tamu. Hal ini juga berlaku pada industri pariwisata, dimana para pelaku industri wisata menjamu wisatawan yang datang. Omotenashi biasa juga disebut sebagai *hospitality*, namun dunia internasional mengenal omotenashi sebagai “a form of welcoming” yang berakar pada tradisi dan budaya Jepang (Ota et al, 2016).

Wisata halal didasarkan pada konsep “Halal”. Kata halal berasal dari bahasa Arab dan berarti "diizinkan" atau "dibolehkan" seperti yang dilansir dari laman *nikkionline*, yaitu 「ハラル」とはイスラム法で“合法”を意味する言葉。Dalam Islam, konsep halal tidak hanya berkaitan dengan produk makanan/minuman, melainkan semua aspek dalam kehidupan orang Islam baik laki-laki maupun perempuan. Konsep ini mengharuskan umat Islam untuk hanya mengonsumsi produk-produk yang diperbolehkan/boleh menurut ajaran agama, antara lain produk makanan/minuman, perbankan dan keuangan, pariwisata, kosmetik, lapangan kerja, dan lain-lain (El -Gohary, 2016).

Wisata halal dapat digambarkan sebagai sebuah konsep baru dalam industri pariwisata yang menyediakan paket dan tujuan wisata yang disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan muslim (Asazuma, 2015). *The Standing Committee for Economic and Commercial Cooperation* (COMCEC) (2016) menyebut *Halal Tourism* dengan istilah *Muslim Friendly Tourims* (MFT) yang memiliki definisi “*Muslim travelers who do not wish to compromise their basic faith-based needs while traveling for a purpose, which is permissible*”, atau bisa disebut juga sebagai “*halal conscious travelers, traveling for any purposes, which is halal (permissible)*”. Dalam bahasa Indonesia berarti “Wisatawan Muslim yang tidak ingin meninggalkan kewajiban dasar agama mereka saat bepergian untuk suatu tujuan”.

Dilansir dari laman *comcec.org*, *The Standing Committee for Economic and Commercial Cooperation* (COMCEC) adalah forum multilateral utama untuk kerja

sama ekonomi dan perdagangan dunia Islam. COMCEC adalah forum sentral untuk mengatasi dan memberikan solusi terhadap permasalahan umum pembangunan Islam. Sebagai salah satu dari empat komite tetap OIC, COMCEC didirikan pada Konferensi Tingkat Tinggi Islam ketiga di Mekkah/Taif pada tahun 1981. COMCEC memulai aktivitasnya di Konferensi Tingkat Tinggi Islam keempat diadakan pada tahun 1984 di Casablanca, Kerajaan Maroko, ketika Presiden Republik Turki terpilih sebagai ketuanya dan pertemuan tingkat menteri pertama diadakan pada tahun yang sama. COMCEC memiliki 57 negara anggota dan 5 negara pengamat di empat benua.

COMCEC mengatakan ada 3 komponen yang menjadi kerangka konseptual *Muslim friendly Tourism* (MFT).

A. Komponen pertama adalah kebutuhan berdasarkan kepercayaan para wisatawan muslim (*key faith-based needs*). COMCEC menyimpulkan setidaknya ada enam kebutuhan yang didasarkan kepercayaan para wisatawan muslim. Kebutuhan tersebut adalah (1) makanan halal, (2) fasilitas ibadah, (3) layanan selama bulan Ramadhan, (4) ketersediaan air di toilet, (5) bersih dari kegiatan non halal, dan (6) fasilitas rekreasi dengan privasi.

B. Komponen kedua adalah alasan wisatawan muslim berwisata (*demand side key themes*). COMCEC membagi menjadi 4 kelompok berdasarkan alasan wisatawan muslim melakukan suatu wisata. Jenis perjalanan yang dilakukan oleh wisatawan muslim, yaitu (1) perjalanan religi, (2) perjalanan liburan, (3) perjalanan bisnis, dan (4) perjalanan kesehatan.

C. Komponen ketiga adalah fasilitas untuk penerimaan tamu dan perjalanan (*supply side key themes*). Komponen ini berhubungan dengan penyediaan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan dasar wisatawan muslim sesuai dengan alasan wisatawan muslim tersebut melakukan perjalanan ke suatu objek wisata. Fasilitas tersebut meliputi (1) layanan sarana transportasi, (2) sarana objek wisata, (3) agen perjalanan, dan (4) sumber daya manusia.

Penulis ingin mengukur kualitas fasilitas wisatawan muslim di kota Tokyo menggunakan komponen di atas sebagai alat ukur sebuah kualitas.

Jepang sebagai negara yang masyarakatnya mayoritas bukan beragama Islam, tentu cukup kesulitan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang dibutuhkan wisatawan muslim. Dengan melihat ketiga komponen di atas, Jepang masih bisa dikatakan belum sempurna dalam melayani wisatawan muslim yang berkunjung.

Permasalahan mendasar yang dialami wisatawan muslim saat berkunjung ke Jepang adalah minimnya tempat beribadah. Umat Islam wajib melaksanakan shalat wajib 5 kali dalam sehari. Di negara mayoritas muslim seperti Indonesia dan Malaysia, menemukan tempat untuk shalat bukanlah suatu hal yang sulit. Wisatawan dapat menemukan tempat salat di berbagai tempat, di restoran, hotel, dan juga tempat wisata. Hal ini sangat berbeda dengan Jepang yang mayoritas masyarakatnya bukan beragama Islam. Terbatasnya fasilitas untuk beribadah, memungkinkan wisatawan muslim harus menunda shalat hingga mereka kembali ke penginapan. Tentunya bagi wisatawan muslim yang terbiasa salat tepat waktu, minimnya fasilitas tempat ibadah akan menjadi ketidaknyamanan selama berada di Jepang.

Dikutip dari laman Macrotrends (2/2/2024), Tokyo adalah kota yang memiliki jumlah penduduk terbanyak di dunia, yang berjumlah sekitar 37.115.000 jiwa. Tokyo, ibu kota Jepang, memegang peran vital sebagai pusat kota dan berpengaruh tidak hanya di tingkat nasional, tetapi juga secara global. Tokyo, sebuah kota yang maju dengan kecanggihan teknologi, infrastruktur yang modern, dan kehidupan perkotaan yang dinamis. Sebagai salah satu pusat metropolitan terbesar di dunia, Tokyo menawarkan kemajuan dalam berbagai bidang.

#### Largest World Cities by Population

2024 Metro Area Rankings

Rank	City	Country	Population
1	Tokyo	Japan	37,115,000
2	Delhi	India	33,807,000
3	Shanghai	China	29,868,000
4	Dhaka	Bangladesh	23,936,000
5	Sao Paulo	Brazil	22,807,000

Tabel 1. Kota dengan Populasi Terbanyak di Dunia 2024  
Sumber : Macrotrends

Infrastruktur Tokyo juga mencerminkan kemajuannya yang luar biasa. Sistem transportasi yang terintegrasi dengan baik, termasuk jaringan kereta bawah tanah yang luas dan efisien, memudahkan mobilitas penduduk dan pengunjung di seluruh kota. Budaya pop Jepang yang beragam, dari manga dan anime hingga musik dan fashion, juga menambah minat para wisatawan lokal maupun internasional untuk berkunjung ke kota Tokyo.

Tokyo menunjukkan komitmen untuk menciptakan pengalaman wisata yang inklusif bagi semua pengunjung. Dengan pemahaman akan besarnya potensi pasar wisata halal, Tokyo terus berusaha untuk memperluas dan meningkatkan layanan *muslim friendly* demi menciptakan lingkungan yang ramah dalam menyambut wisatawan muslim dari seluruh dunia. Dengan penelitian berjudul *Ketersediaan Fasilitas Muslim Friendly pada Restoran dan Hotel di Kota Tokyo*, alasan penulis ingin meneliti judul tersebut adalah mencari tahu apakah fasilitas yang disediakan untuk wisatawan muslim sudah memenuhi komponen no.1 *Muslim Friendly Tourism* (MFT) yang dibuat oleh *The Standing Committee for Economic and Commercial Cooperation* (COMCEC).

## 1.2 Penelitian yang Relevan

Penelitian yang dilakukan oleh penulis bertujuan untuk menjelaskan perkembangan fasilitas-fasilitas bagi wisatawan muslim terkini. Sebelum melakukan penelitian, peneliti akan menyertakan sejumlah penelitian yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan.

1. Lufi Wahidati & Eska Nia Sarinastiti, 2018, *Perkembangan Wisata Halal di Jepang*.

Dalam penelitian yang dilakukan Lufi dan Eska, mereka meneliti tentang bagaimana konsep *omotenashi* mendasari sebuah kualitas pelayanan yang diberikan penyedia jasa kepada pelanggan. Dalam penelitian ini pelanggan yang dimaksud adalah wisatawan muslim yang berkunjung ke Jepang. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan metode

studi kasus. Data mengenai wisata halal, perkembangan wisata halal di Jepang, dan data pendukung lainnya diperoleh melalui studi kepustakaan. Hasil dari penelitian adalah jumlah fasilitas ramah muslim semakin meningkat jika dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Namun, masih terdapat beberapa masalah yang harus diperhatikan, yaitu pertama, minimnya restoran halal di kota kecil Jepang padahal wisatawan muslim juga tertarik mengunjungi kota-kota kecil di Jepang. Kedua, belum adanya lembaga sertifikasi halal resmi di Jepang. Persamaan penelitian di atas dengan penelitian penulis yaitu sama-sama meneliti tentang fasilitas bagi wisatawan muslim yang berkunjung, untuk perbedaannya adalah penelitian di atas meneliti konsep *omotenashi* yang digunakan untuk mengembangkan fasilitas bagi wisatawan muslim di Jepang, sementara penulis meneliti konsep *Muslim Friendly Tourism* (MFT) yang dibuat oleh *The Standing Committee for Economic and Commercial Cooperation* (COMCEC) untuk menjadi panduan dalam mengembangkan fasilitas bagi wisatawan muslim di wilayah kota Tokyo, Jepang.

2. Fatya Alty Amalia, Arie Indra Gunawan, Nono Wibisono, 2021, *Citra Destinasi Wisata Halal di Jepang: Wisatawan Dan Non-Wisatawan Muslim Dari Indonesia*.

Dalam penelitian yang dilakukan, mereka meneliti tentang citra Jepang sebagai destinasi wisata halal di mata wisatawan dan non-wisatawan muslim dari Indonesia. Penelitian ini diharapkan menambah pemahaman terhadap perspektif muslim Indonesia terhadap wisata halal di negara minoritas muslim. Penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif menggunakan kuesioner online kepada muslim Indonesia. Penulis membagikan kuesioner kepada muslim yang sudah pernah berwisata ke Jepang (wisatawan) dan juga yang belum pernah berwisata ke Jepang (non-wisatawan). Responden yang dipilih adalah muslim Indonesia yang telah berusia minimal 17 tahun. Penelitian ini memiliki kesimpulan bahwa kedua kelompok (wisatawan dan non-wisatawan) menunjukkan citra yang kuat terhadap ketersediaan makanan halal yang aman untuk dikonsumsi dan akomodasi/hotel yang *muslim friendly* bagi wisatawan

muslim di Jepang. Citra yang lebih kuat hadir di benak wisatawan daripada non-wisatawan pada tiga atribut wisata.halal Jepang, yaitu lingkungan wisata yang aman dan nyaman, toilet ramah muslim (dengan bidet) di lokasi wisata, penduduk setempat baik dan ramah terhadap wisatawan Muslim.

Persamaan dari penelitian di atas dengan penelitian penulis adalah sama sama mengangkat topik wisata halal yang berada di Jepang, untuk perbedaannya adalah penulis meneliti tentang kualitas fasilitas bagi wisatawan muslim menurut standar COMCEC, sementara penelitian di atas meneliti citra terhadap wisata halal di Jepang.

3. Syarifah Chairunissa, 2022, *Implementasi Budaya Omotenashi dalam Meningkatkan Wisata Halal di Kota Chiba, Jepang.*

Dalam penelitian yang dilakukan, penulis meneliti tentang bagaimana peran budaya *omotenashi* dalam meningkatkan wisata halal di kota Chiba, Jepang. Penelitian ini diharapkan dapat memberi pemahaman lebih tentang budaya *omotenashi* yang merupakan budaya Jepang dengan pelayanan keramah tamahannya. Penelitian ini juga diharapkan menambah pengetahuan mengenai budaya *omotenashi* yang diterapkan oleh Jepang dalam mengembangkan wisata halal Jepang khususnya di wilayah kota Chiba. Penulis menggunakan metode penelitian kualitatif melalui pendekatan analisis deskriptif. Hasil dari penelitian menunjukkan cukup memadainya fasilitas bagi wisatawan muslim di kota Chiba, Jepang. Bukti kesungguhan kota Chiba dalam mengembangkan wisata halal adalah dengan menduduki posisi 4 dari seluruh kota di Jepang dalam *Japan Muslim Travel Index (JMTI) 2017*.

Persamaan penelitian di atas dengan penelitian penulis yaitu sama sama meneliti tentang fasilitas bagi wisatawan muslim yang berkunjung, untuk perbedaannya adalah kota yang diteliti dan juga landasan teori yang digunakan. Penelitian di atas menggunakan landasan teori *omotenashi*, sedangkan penulis tidak menggunakannya.

### 1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis mengidentifikasi beberapa masalah yang ada dalam penelitian ini.

1. Semakin meningkatnya wisatawan muslim di Jepang, namun tidak didukung dengan sarana prasarana yang *muslim friendly*.
2. Kurangnya pemahaman tentang aspek-aspek yang membuat suatu destinasi ramah bagi wisatawan muslim.
3. Kurang tersedianya infrastruktur dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan dan prinsip-prinsip agama Islam.
4. Wisatawan muslim tidak dapat meninggalkan kewajiban dasar mereka.
5. Terbatasnya informasi tentang Islam, dikarenakan Jepang bukan negara mayoritas muslim.

### 1.4 Pembatasan Masalah

Agar permasalahan yang dibahas lebih terarah dan jelas, maka peneliti menetapkan batasan masalah pada fasilitas-fasilitas dan layanan yang disediakan oleh restoran dan hotel di kota Tokyo untuk memenuhi kebutuhan spesifik wisatawan muslim menurut komponen *Muslim Friendly Tourism* no.1 dari COMCEC.

### 1.5 Perumusan Masalah

1. Apakah ketersediaan fasilitas *Muslim Friendly* pada restoran dan hotel di kota Tokyo sudah memenuhi komponen no. 1 dari *Muslim Friendly Tourism*?
2. Apa tantangan yang dihadapi dalam mengembangkan fasilitas *Muslim Friendly*?

### 1.6 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, berikut adalah tujuan penelitian :

1. Untuk mengetahui ketersediaan fasilitas *Muslim Friendly* pada restoran dan hotel di kota Tokyo jika dilihat dari komponen no.1 dari *Muslim Friendly Tourism*.
2. Untuk mengetahui tantangan yang dihadapi dalam mengembangkan destinasi yang *muslim friendly*.

## 1.7 Landasan Teori

### 1.7.1 Pariwisata

Menurut (Harahap, 2018), Pariwisata adalah suatu kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang yang mengunjungi suatu tempat tertentu dengan tujuan rekreasi, pengembangan diri, atau mempelajari keunikan suatu daya tarik wisata, dan dalam kurun sementara. Pariwisata mengacu pada segala bentuk perjalanan yang melibatkan kegiatan rekreasi yang bertujuan untuk mengisi waktu luang dengan melakukan perjalanan ke satu lokasi atau lebih (Utomo et al. 2017).

Menurut (Spillane, 1987), Pariwisata adalah suatu perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain yang bersifat sementara, dilakukan oleh perorangan atau kelompok, dan seimbang dengan lingkungan hidup dalam aspek sosial, budaya, alam, dan ilmu pengetahuan, yang dilakukan sebagai upaya mencari keselarasan dan kebahagiaan.

Kesimpulan yang didapat dari pernyataan di atas adalah Pariwisata merupakan kegiatan rekreasi yang mengisi waktu luang dengan melakukan perjalanan ke satu atau lebih lokasi. Kegiatan perjalanan yang dilakukan individu ataupun kelompok ini memiliki tujuan untuk rekreasi, pengembangan diri, atau mempelajari keunikan suatu destinasi wisata dalam jangka waktu sementara.

### 1.7.2 *Muslim Friendly*

Menurut (Battour, 2016), "In the tourism industry, the term "Muslim-friendly" denotes an effort to make tourism experiences enjoyable for

Muslim observers. As a result, it is almost comparable to the concept of "Halal Tourism" in a broader sense, meaning that these destinations offer not only a wide range of "Halal" services (such as Halal food and beverages, sex-segregated swimming pools, etc.), but also comfortable places for Muslims to perform their religious". Yang berarti "Dalam industri pariwisata, istilah "ramah Muslim" menunjukkan upaya untuk membuat pengalaman wisata yang menyenangkan bagi wisatawan Muslim. Sebagai hasilnya, istilah ini hampir sebanding dengan konsep "Wisata Halal" dalam arti yang lebih luas, yang berarti bahwa destinasi-destinasi ini tidak hanya menawarkan berbagai layanan "Halal" (seperti makanan dan minuman Halal, kolam renang yang dipisahkan berdasarkan jenis kelamin, dll.), tetapi juga tempat yang nyaman bagi umat Islam untuk menjalankan ibadah mereka".

Menurut (Mohsin, Ramli & Alkhulayfi, 2016), fasilitas *Muslim Friendly* adalah penyediaan produk dan jasa yang memenuhi kebutuhan wisatawan muslim sesuai dengan ajaran Islam

Menurut (Crescent Rating, 2016), *Muslim Friendly* adalah sesuatu yang merujuk pada suatu layanan dan fasilitas yang dibuat berdasarkan kebutuhan wisatawan muslim yang sesuai dengan ajaran agama.

Dari teori di atas dapat disimpulkan bahwa *Muslim Friendly* mengacu pada penyediaan produk dan layanan wisata yang memenuhi kebutuhan khusus wisatawan Muslim sesuai dengan ajaran agama Islam. Ini mencakup fasilitas dan layanan yang disesuaikan untuk memastikan kepatuhan terhadap ajaran Islam dalam perjalanan, termasuk makanan halal, area beribadah, yang mendukung kenyamanan bagi wisatawan Muslim.

### **1.7.3 Fasilitas Wisata**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, fasilitas adalah sesuatu yang membantu memperlancar sesuatu. Fasilitas juga dapat dilihat sebagai alat. Fasilitas biasanya dikaitkan dengan kebutuhan umum yang ada dalam suatu perusahaan atau organisasi tertentu.

Menurut (Marpaung, 2002), Fasilitas wisata merupakan sarana yang disediakan untuk melayani dan mempermudah pengunjung/wisatawan dalam melakukan aktivitas berwisata.

Menurut Burkart dan Medlik (1974), Fasilitas bukan menjadi faktor utama pendorong datangnya wisatawan ke suatu daerah tujuan wisata. Namun, ketiadaannya dapat menghalangi wisatawan dalam menikmati suatu kegiatan wisata.

Kesimpulan yang didapat dari pernyataan di atas adalah fasilitas wisata merupakan sarana yang penting untuk memperlancar dan meningkatkan pengalaman wisatawan dalam menjalani aktivitas berwisata. Meskipun fasilitas tersebut tidak menjadi faktor utama dalam menarik wisatawan, keberadaannya dapat mempengaruhi kenyamanan dan kemudahan wisatawan dalam menikmati destinasi wisata yang mereka kunjungi.

#### **1.7.4 Halal**

Halal (halla, yahillu, hillan) = membebaskan, melepaskan, memecahkan, membubarkan, dan membolehkan. Segala sesuatu yang menyebabkan seseorang tidak dihukum jika menggunakannya (Dahlan, 1996).

Istilah ini lebih umum digunakan dalam kosa kata sehari-hari untuk menggambarkan makanan dan minuman yang boleh dikonsumsi menurut Islam. Di sisi lain, dalam konteks yang lebih luas, istilah halal mengacu pada segala sesuatu yang diperbolehkan menurut hukum Islam, termasuk aktivitas, perilaku, dan gaya berpakaian (Malik, 2015).

Kesimpulan yang didapat adalah halal merujuk pada segala sesuatu yang diperbolehkan menurut hukum Islam, termasuk aktivitas, perilaku, dan gaya berpakaian. Jadi, istilah "halal" tidak hanya terbatas pada konsep makanan dan minuman, tetapi juga mencakup aspek-aspek lain dari kehidupan sehari-hari yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

### **1.7.5 Wisatawan**

Wisatawan adalah pengunjung yang tinggal untuk sementara waktu tinggal di suatu tempat kunjungan sekurang-kurangnya selama 24 jam dan termotivasi melakukan perjalanan hanya untuk tujuan hiburan, rekreasi, kesehatan, studi, keagamaan, olahraga, kunjungan keluarga, konferensi dan misi tertentu. (Yoeti, 1996).

Menurut (Sugiama, 2011), Wisatawan adalah individu atau kelompok yang melakukan perjalanan wisata untuk liburan, bisnis, kunjungan medis atau keagamaan dan untuk kepentingan studi. Dengan melakukan perjalanan dan meninggalkan tempat tinggalnya untuk sementara, maka ia dapat dikatakan sebagai wisatawan.

Kesimpulan yang didapat adalah wisatawan merupakan individu atau kelompok yang melakukan perjalanan untuk sementara waktu dengan tujuan ataupun misi tertentu. Jadi, wisatawan dapat dianggap sebagai mereka yang melakukan perjalanan dengan tujuan khusus dan tinggal di suatu tempat kunjungan selama minimal 24 jam

### **1.7.6 Muslim**

Menurut (Amir, 1990), muslim adalah orang yang memeluk agama Islam, dan orang yang berpegang teguh terhadap ajaran Islam. Muslim memiliki kewajiban dasar yang harus ditaati dan muslim juga harus menghindari larangan-larangan yang bertentangan dengan ajaran Islam.

Kesimpulan yang didapat adalah muslim merupakan individu yang memeluk agama Islam dan memberikan komitmen untuk menjalani kehidupan sesuai dengan ajaran Islam.

## **1.8 Jenis dan Metode Penelitian**

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan penelitian analisis deskriptif, Menurut (Sugiyono, 2017), analisis deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menganalisis atau menggambarkan hasil penelitian, tetapi tidak digunakan untuk mencapai kesimpulan yang lebih luas. Metode yang digunakan adalah studi

kepuustakaan, pada penelitian ini penulis menganalisis berdasarkan pada ketersediaan fasilitas bagi wisatawan muslim yang berada di kota Tokyo, Jepang. Untuk melakukan penelitian ini, penulis mengumpulkan data yang merupakan sumber tertulis seperti jurnal, skripsi terdahulu, dan *website* yang menyediakan informasi tentang fasilitas-fasilitas bagi wisatawan muslim terkini.

## **1.9 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat baik untuk penulis maupun pembaca yang ingin mengetahui lebih dalam tentang ketersediaan fasilitas-fasilitas bagi wisatawan muslim yang berada di Tokyo, Jepang.

### **1.9.1 Manfaat teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pemahaman yang lebih mendalam tentang kebutuhan dan preferensi wisatawan muslim dalam konteks destinasi wisata non-muslim seperti Tokyo, Jepang. Dengan demikian, penelitian ini dapat menambah pengetahuan tentang wisatawan muslim dan cara memenuhi kebutuhan mereka secara lebih efektif.

### **1.9.2 Manfaat praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberi gambaran fasilitas-fasilitas bagi wisatawan muslim terkini yang berada di Tokyo, Jepang. Penulis juga berharap penelitian ini dapat memberikan solusi terhadap pengembangan fasilitas bagi wisatawan muslim di kota Tokyo, Jepang.

## **1.10 Sistematika Penyusunan Skripsi**

Bab I : Latar Belakang, Penelitian Relevan, Identifikasi Masalah, Pembatasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Landasan Teori, Metode Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penyusunan Skripsi.

Bab II : Tokyo dan destinasi wisata, Fasilitas *muslim friendly* di Tokyo, Comcec & Komponen *Muslim Friendly Tourism*, dan Halal Gourmet.

Bab III : Ketersediaan Fasilitas Muslim Friendly pada Restoran dan Hotel di Kota Tokyo

Bab IV : Simpulan

