

**HAMBATAN IMPLEMENTASI PROGRAM PAKET WISATA *KOREA*  
*MUSLIM HOLIDAY CONSORTIUM* DI INDONESIA TAHUN 2015-2017**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya untuk  
Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mem peroleh Gelar Sarjanan Sosial (S.sos)  
dalam Bidang Hubungan Internasional**



**Oleh:**

**NAOMI KEN PRISCILLA**

**NIM. 172215017**

**PROGRAM STUDI HUBUNGAN INTERNASIONAL  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA**

**2019**

**PERNYATAAN  
PERTANGGUNGJAWABAN PENULISAN SKRIPSI**

*Bismillahirrahmanirrahim*

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Naomi Ken Priscilla

NIM : I72215017

Program Studi : Hubungan Internasional

Judul Skripsi : Hambatan Implementasi Program Paket Wisata *Korea Muslim Holiday Consortium* di Indonesia Tahun 2015-2017

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

- 1) Skripsi ini tidak pernah dikumpulkan pada lembaga pendidikan mana pun untuk mendapatkan gelar akademik apapun.
- 2) Skripsi ini adalah benar-benar hasil karya saya secara mandiri dan bukan merupakan plagiasi atas karya orang lain.
- 3) Apabila skripsi ini dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan sebagai hasil plagiasi, saya bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang terjadi.

Surabaya, 26 Juli 2019



**Naomi Ken Priscilla**  
NIM I72215017

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi yang ditulis oleh:

Nama : Naomi Ken Priscilla

NIM : I72215017

Program Studi : Hubungan Internasional

yang berjudul: “**Hambatan Implementasi Program Paket Wisata Korea Muslim Holiday Consortium di Indonesia Tahun 2015-2017**”, saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah diperbaiki dan dapat diujikan dalam rangka memperoleh gelar sarjana Sosial (S.Sos) dalam bidang Hubungan Internasional.

Surabaya, 26 Juli 2019

Pembimbing



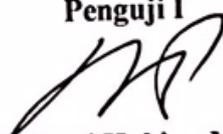
M. Fathoni Hakim, M.Si  
NIP: 198401052011011008

## PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Naomi Ken Priscilla dengan judul: **“Hambatan Implementasi Program Paket Wisata Korea Muslim Holiday Consortium di Indonesia Tahun 2015-2017”** telah dipertahankan dan dinyatakan lulus di depan Tim penguji skripsi pada tanggal 26 Juli 2019.

### TIM PENGUJI SKRIPSI

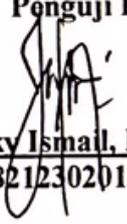
Penguji I

  
M. Fathoni Hakim, M.Si  
NIP 198401052011011008

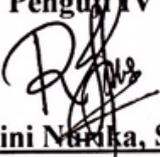
Penguji II

  
Muhammad Qobid Alnuf Arif, S.I.P., M.A  
NIP 198408232015031002

Penguji III

  
Zaky Ismail, M.S.I  
NIP 198212302011011007

Penguji IV

  
Rizki Rahmadini Nurka, S.Hub.Int., M.A.  
NIP 199003252018012001

Surabaya, 26 Juli 2019

Mengesahkan,  
Universitas Islam Negeri Surabaya  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dekan

  
Prof. Akh. Muzakki, M.Ag, Grad. Dip. SEA, M.Phil, Ph.D.  
NIP 197402091998031002



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA  
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300  
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : NAOMI KEN PRISCILLA  
NIM : 172215017  
Fakultas/Jurusan : FISIP / HUBUNGAN INTERNASIONAL  
E-mail address : naomikenpriscilla@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi  Tesis  Desertasi  Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Hambatan Implementasi Program Paket Wisata Korea

Muslim Holiday Consortium di Indonesia Tahun 2015-2017

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 7 Agustus 2019

Penulis



( NAOMI KEN P. )  
nama terang dan tanda tangan















Wisata muslim atau yang lebih dikenal dengan wisata halal, menjadi industri yang terus berkembang dan sangat menjanjikan. Potensi bisnis dari wisatawan halal diprediksi lebih dari 120 miliar dolar AS pertahun. Berdasarkan studi Gaya Hidup Pasar Wisata Muslim Global 2012 yang dilakukan oleh lembaga penelitian *DinarStandard* yang berbasis di New York Amerika Serikat dan pelopor pengembangan wisata halal *Crescent-Ranting*, diperoleh data perjalanan muslim menyumbang lebih dari 12 persen atau sekitar 126 miliar dolar AS. Angka tersebut termasuk dalam pengeluaran rekreasi, bisnis dan wisata lainnya.<sup>3</sup> Indonesia yang merupakan negara dengan mayoritas muslim terbesar tentu menjadi pasar yang potensial bagi negara-negara yang mulai mengembangkan pariwisata halal.

Salah satu negara yang sedang gencar dalam pengembangan wisata halal adalah Korea Selatan. Maraknya fenomena *hallyu* membuat negara ini menjadi salah satu destinasi favorit wisatawan mancanegara, tak terkecuali wisatawan muslim. Segala pelayanan dan fasilitas ramah muslim telah ditingkatkan guna memenuhi kebutuhan wisatawan muslim yang berkunjung ke negara ini. Menurut Presiden *Korea Tourism Organization* (KTO), industri perjalanan dan perhotelan lokal Korea Selatan telah berusaha untuk meningkatkan kenyamanan wisatawan muslim, dibuktikan dengan bertambahnya jumlah restoran yang menyediakan menu makanan untuk muslim yaitu 170 restoran yang pada awalnya hanya

---

<sup>3</sup> Priyadi Abadi. *Muslim Traveller Soulutions*. (Jakarta: AMP Press, 2016) hlm 16







Dengan dibentuknya kantor cabang *Korea Tourism Organization* (KTO) di Jakarta, pasar pariwisata Korea Selatan semakin melebarkan sayapnya. *Korea Tourism Organization* (KTO) sukses menggelar “*K-Festival*” pada tahun 2015 sebagai bentuk persahabatan dan kerjasama dibidang pariwisata antara Korea Selatan dengan Indonesia. Selain itu, untuk semakin mengenalkan pariwisata Korea Selatan dan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan Indonesia, *Korea Tourism Organization* juga menjalin kerjasama dengan perusahaan swasta Indonesia seperti maskapai penerbangan Garuda Indonesia dan perusahaan elektronik LG.<sup>8</sup>

Dalam rangka meningkatkan minat wisatawan muslim Indonesia, *Korea Tourism Organization* juga mengadakan penjualan paket *Korea Muslim Holiday Consortium* yang dikhususkan untuk wisatawan yang lebih memilih untuk memanfaatkan layanan, fasilitas dan berbagai kegiatan yang sejalan dengan prinsip-prinsip ajaran Islam. *Korea Tourism Organization* (KTO) memilih beberapa biro perjalanan terpercaya untuk menjadi mitra perjalanan yang mampu memenuhi semua kebutuhan wisatawan muslim selama berwisata. Untuk mendukung keberlangsungan program ini, *Korea Tourism Organization* (KTO) menggelar *Halal Restaurant Week* yang berlangsung setiap tahun sejak tahun 2016, acara ini bertujuan untuk mengenalkan produk halal dan pariwisata halal

---

<sup>8</sup> Indonesiadayli. “KTO Gandeng LG Promosi Pariwisata Dan Elektronik Korea”, terdapat di <http://indonesiadayli.co.id/pesona-wisata/kto-gandeng-lg-promosi-pariwisata-dan-elektronik-korea/> diakses pada 22 Agustus 2018



### C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan pokok masalah yang disebutkan, maka tujuan penulisan ini dapat kita lihat sebagai berikut:

Untuk mengetahui kendala-kendala implementasi program paket *Korea Muslim Holiday Consortium* oleh *Korea Tourism Organization* (KTO) dalam mempromosikan pariwisata halal Korea Selatan di Indonesia tahun 2015-2017.

### D. Manfaat Penelitian

Manfaat Akademis:

1. Menambah wawasan bagi peneliti dan pembaca pada umumnya tentang kendala implementasi program paket *Korea Muslim Holiday Consortium* oleh *Korea Tourism Organization* (KTO) dalam mempromosikan pariwisata halal Korea Selatan di Indonesia tahun 2015-2017.
2. Menjadi salah satu penelitian yang mampu memberikan pengetahuan tentang hambatan yang dihadapi *Korea Tourism Organization* (KTO) dalam mempromosikan program paket wisata *Korea Muslim Holiday Consortium* di Indonesia tahun 2015-2017.

Manfaat Praktis:

1. Menjadi salah satu penelitian yang diharapkan mampu menjadi referensi bagi mahasiswa Hubungan Internasional Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

## E. Tinjauan Pustaka

Beberapa penelitian sebelumnya yang telah membahas mengenai peningkatan dan promosi pariwisata halal serta peningkatan pariwisata Korea Selatan yang diantara dijadikan referensi oleh peneliti, yaitu *Pertama*, journal berjudul ‘Trend Pariwisata Halal Korea Selatan’. Journal ini ditulis oleh Demeiati Nur Kusumaningrum, Aulia Mawaddah Fairuz, Erima Puspita Putri dan Erdina Putri Amalia, mahasiswa Hubungan Internasional Universitas Muhammadiyah Malang. Journal ini menjelaskan mengenai kepentingan Korea Selatan membangun citra negara ramah muslim melalui kebijakan *Muslim Friendly* yang ditetapkan oleh pemerintah Korea Selatan. Para penulis membuktikan kebijakan negara Korea Selatan sebagai bagian dari instrumen politik untuk mewujudkan kepentingan nasional dalam peningkatan pendapatan dan pembangunan citra positif sebagai negara ramah muslim.

*Kedua*, penelitian dengan judul ‘Analisis Kerjasama Korea Selatan-UEA Dalam Pengembangan Industri makanan Halal tahun 2015’. Penelitian ini ditulis oleh Auzan Shadiq mahasiswa Hubungan Internasional Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatulla Jakarta. Penelitian ini menjelaskan tentang alasan dibalik kerjasama Korea Selatan dengan Uni Emirat Arab (UEA) dalam pengembangan industry makanan halal tahun 2015. Hasil akhir dari penelitian ini membuktikan bahwa kerjasama internasional yang dijalin oleh para aktor internasional, tidak selalu dipengaruhi oleh faktor latar belakang agama suatu negara saja, akan tetapi

faktor kepentingan ekonomilah yang berperan lebih besar dalam hubungan kerjasama tersebut.

*Ketiga*, penelitian dengan judul ‘Diplomasi Publik Korea Selatan Untuk Meningkatkan Kunjungan Wisata Internasional ke Korea Selatan’. Penelitian ini ditulis tahun 2012 oleh Darnawati, mahasiswa Hubungan Internasional Universitas Muhammadiyah Malang. Penelitian ini menjelaskan tentang bagaimana diplomasi public Korea Selatan meningkatkan kunjungan wisata internasional ke Korea Selatan melalui Hallyu (Korean Wave), pertukaran budaya oleh Korea Selatan dan program Visit Korea. Dalam hasil penelitiannya, peneliti mendiskripsikan keberhasilan Korea Selatan dalam meningkatkan kunjungan wisatawan mancanegara maupun peningkatan politik, ekonomi, sosial dan budaya serta ilmu pengetahuan dan teknologi.

*Keempat*, journal yang berjudul ‘Strategi Promosi Pariwisata Provinsi Gyeonggi di Korea Selatan untuk Menarik Wisatawan Indonesia’. Journal ini ditulis oleh Kang Hyeonseock, mahasiswa pascasarjana Universitas Udayana. Penelitian ini menjelaskan bagaimana strategi promosi yang efektif pada pariwisata dari Propinsi Gyeonggi terhadap wisatawan Indonesia yang ingin berkunjung ke Korea. Hasil penelitian menunjukkan strategi promosi pariwisata dari Propinsi Gyeonggi yang diharapkan diselenggarakan dengan tiga pendekatan yaitu kerja sama langsung antara agen perjalanan melalui bantuan ‘B to B’ dan ‘Fam Tour’, melalui website dan media sosial yang sering diakses oleh masyarakat Indonesia, dan kerja sama antara Pemerintah Provinsi Gyeonggi dan





Jadi dapat disimpulkan bahwa implementasi adalah serangkaian tindakan yang dilakukan oleh berbagai aktor pelaksana program dengan sarana-sarana pendukung berdasarkan aturan yang telah ditetapkan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Keefektifan implementasi akan berpengaruh pada keberhasilan program.

## **2. Korea Tourism Organization (KTO)**

*Korea Tourism Organization (KTO)* merupakan organisasi pariwisata yang dibentuk berdasarkan undang-undang Korea Selatan yang bertugas untuk mempromosikan industri pariwisata Korea Selatan. Organisasi didirikan pada tahun 1962 sebagai sebuah perusahaan investasi pemerintah yang bertanggung jawab terhadap industri pariwisata Korea Selatan berdasarkan *International Tourism Cooperation Act*. Selain itu, organisasi ini juga dijalankan berdasarkan kebijakan pemerintah Korea Selatan yang dikeluarkan pada tahun 1961, yaitu *Tourism Promotion Law*. Pada awalnya, *Korea Tourism Organization (KTO)* hanya berfokus untuk mempromosikan Korea Selatan sebagai salah satu negara tujuan pariwisata masyarakat asing. Akan tetapi, sejak tahun 1980-an promosi pariwisata domestik juga menjadi salah satu tugas *Korea Tourism Organization (KTO)*. Visi *Korea Tourism Organization (KTO)* adalah untuk membuat paradigma baru dalam industri pariwisata dan menjadikan Korea Selatan sebagai tempat yang selalu diingat untuk kembali lagi.





implementasi program paket *Korea Muslim Holiday Consortium* periode 2015 sampai dengan tahun 2017. Di mana pada tahun 2015 program paket ini dibentuk dan pada tahun 2017 terjadi penurunan kedatangan wisatawan Indonesia yang merupakan negara mayoritas muslim. Hambatan yang dimaksud penulis dalam penelitian ini adalah hambatan dan masalah yang dialami oleh *Korea Tourism Organization* (KTO) baik yang berasal dari dalam maupun luar selama pelaksanaan program *Korea Muslim Holiday Consortium* tahun 2015-2017.

#### **H. Sistematika Pembahasan**

Untuk menjaga keutuhan, pelaporan hasil penelitian disusun menjadi tiga bagian yaitu pendahuluan, Isi, dan penutup, yang secara umum dibagi sebagai berikut: Bagian Pendahuluan pertama menjadi Bab I, berisi latar belakang masalah, batasan dan rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, tinjauan pustaka, focus penelitian, serta sistematika pembahasan.

Bagian kedua atau isi terdiri dari Bab II, III dan IV. Bab II membahas mengenai teori konsep yang digunakan peneliti untuk menganalisis data yaitu konsep diplomasi komersil oleh Evan Potter. Bab III khusus membahas mengenai metode penelitian dalam skripsi ini.

Bab IV membahas tentang hasil temuan data dari penelitian yang telah peneliti lakukan mulai dari identifikasi program paket Korea Muslim Holiday Consortium, strategi penjualan Korea Muslim Holiday Consortium, tantangan-tantangan yang dihadapi serta dukungan dari pemerintah Korea Selatan. Serta

















merupakan strategi penting agar program dapat terlaksana dengan lancar seperti pemahaman akan pentingnya program yang diadakan, membangun relasi bisnis terkait produk lokal dengan masyarakat setempat dan menghadiri forum-forum bisnis baik di *home* maupun *host country*.<sup>26</sup>

*Contract Negotiator of Implementation* atau upaya negosiasi bisnis. Upaya negosiasi bisnis ini penting dilakukan karena tidak hanya menyangkut hubungan antara pelaku usaha dan bisnis *host country* dan *home country* tetapi juga hubungan antara pemerintah kedua negara, misalnya seperti membentuk kesepakatan dengan *host county*, lembaga maupun masyarakat umum.

*Problem solving* atau penanganan masalah. Penanganan masalah dibutuhkan guna mengatasi permasalahan yang timbul terkait kebijakan dan peraturan di *home country* yang dapat merugikan para pelaku usaha dan bisnis.

Dari kerangka aktivitas diplomasi komersial Evan Potter di atas, jika diplomasi komersial pemerintah Korea Selatan dalam meningkatkan kunjungan wisatawan Muslim Indonesia maka yang menjadi aktivitas utamanya adalah *promotion on tourism* atau promosi pariwisata melalui program paket *Korea Muslim Holiday Consotium* yang diadakan oleh *Korea Tourism Organization* (KTO). Dari penerapan aktivitas utama tersebut maka akan terealisasi aktivitas dukungan dari pemerintah Korea Selatan kepada *Korea Tourism Organization* (KTO) untuk meningkatkan kunjungan wisatawan muslim Indonesia.

---

<sup>26</sup> *ibid*

*Promotion on Tourism* atau promosi pariwisata sebagai aktivitas utama. Dalam hal ini *Korea Tourism Organization* (KTO) dan agen perjalanan Indonesia akan mempromosikan destinasi-destinasi pariwisata yang menarik dan ramah muslim di Korea Selatan yang dikemas ke dalam program paket *Korea Muslim Holiday Consortium*. Hal ini dilakukan melalui para aktor yang telah dibekali dengan beragam materi promosi tentang potensi destinasi wisata ramah muslim yang dimiliki oleh Korea Selatan. Keindahan dan keunikan yang menjadi ciri khas negara dipresentasikan untuk semakin menarik minat para calon wisatawan muslim.

*Intelligence* atau inteligensi. Pada bagian ini, pemerintah Korea Selatan akan menggali informasi dan mengurus segala hal terkait kebutuhan wisatawan Muslim dan keberlangsungan hubungan bisnis dengan Indonesia. Rangkaian kegiatan dalam aktivitas ini diantaranya adalah mencari informasi tentang trend pariwisata halal, mengembangkan proyek terkait industri halal, memberikan fasilitas pendukung dan memenuhi kebutuhan perusahaan serta memberikan informasi terkait peraturan yang mempengaruhi kegiatan bisnis dan sebagainya.

*Networking and Public Relations* atau membangun jaringan bisnis dan hubungan masyarakat. Membangun jaringan bisnis dibutuhkan oleh pemerintah Korea Selatan karena hal ini dapat membantu meningkatkan kualitas dan mengembangkan bisnis ke tingkat yang lebih tinggi. Sedangkan membangun hubungan dengan masyarakat merupakan strategi penting agar program paket

*Korea Muslim Holiday Consortium* dapat terlaksana dengan lancar seperti pemahaman akan pentingnya program yang diadakan, membangun relasi bisnis terkait produk halal lokal dengan masyarakat Indonesia dan menghadiri forum-forum bisnis baik di Korea Selatan maupun Indonesia.

*Contract Negotiator of Implementation* atau upaya negosiasi bisnis. Upaya negosiasi bisnis ini penting dilakukan karena tidak hanya menyangkut hubungan antara pelaku usaha dan bisnis Korea Selatan dan Indonesia tetapi juga hubungan antara pemerintah kedua negara, misalnya seperti membentuk kesepakatan dengan pemerintah Indonesia, lembaga non pemerintah maupun masyarakat Indonesia secara umum.

*Problem solving* atau penanganan masalah. Penanganan masalah dibutuhkan guna mengatasi permasalahan yang timbul terkait kebijakan dan peraturan di *house country* yang dapat merugikan para pelaku usaha dan bisnis. Penanganan yang bisa dilakukan oleh pemerintah Korea Selatan adalah seperti menjadi fasilitator dalam perselisihan bisnis, penyelesaian perselisihan dan memberikan solusi atau jalan keluar terhadap masalah yang sedang dihadapi.

Dalam penelitian ini, peneliti menganggap konsep diplomasi komersial tersebut sesuai dengan permasalahan yang diangkat oleh peneliti. Dalam dua kategori aktifitas diplomasi komersial menurut Potter, peneliti menjadikan *Korea Tourism Organization* (KTO) masuk dalam aktivitas pertama. Yaitu sebagai

pelaku usaha atau bisnis yang membentuk program paket *Korea Muslim Holiday Consortium* yang merupakan salah satu usaha untuk mencapai kepentingan nasional Korea Selatan, yakni peningkatan jumlah kunjungan wisatawan muslim dari Indonesia. Aktivitas promosi pariwisata pada aktivitas pertama digunakan peneliti untuk menganalisis bagaimana hubungan *Korea Tourism Organization* (KTO) dengan mitra bisnisnya yaitu para pelaku bisnis agen perjalanan Indonesia yang turut serta mempromosikan dan memasarkan paket *Korea Muslim Holiday Consortium*.

Sedangkan pada aktivitas kedua diisi oleh pemerintah Korea Selatan itu sendiri. Pemerintah Korea Selatan berperan sebagai aktor yang memfasilitasi pencapaian aktivitas utama. Dalam hal ini, bagaimana usaha pemerintah Korea Selatan dalam membantu mewujudkan implementasi program paket *Korea Muslim Holiday Consortium* oleh *Korea Tourism Organization* (KTO) melalui fasilitas pendukung sangatlah penting. Karena, keberhasilan pemerintah dalam mewujudkan fasilitas pendukung ini juga turut menentukan tercapainya kepentingan pemerintah Korea Selatan meningkatkan kunjungan wisatawan muslim Indonesia. Sehingga, hambatan dalam implementasi program paket *Korea Muslim Holiday Consortium* akan dapat ditemukan apabila pemerintah Korea Selatan tidak memenuhi empat aktivitas pendukung dalam aktivitas kedua yaitu *intelligence, networking and public relations, contract negotiator of implementation* dan *problem solving*.









## F. Teknik Analisa Data

Analisis data kualitatif dilakukan secara induktif, yaitu penelitian kualitatif tidak dimulai dari deduksi teori tetapi dimulai dari fakta empiris. Peneliti terjun ke lapangan, mempelajari, menganalisis, menafsirkan dan menarik kesimpulan dari fenomena yang ada di lapangan. Peneliti dihadapkan kepada data yang diperoleh dari lapangan. Dari data tersebut, peneliti harus menganalisis sehingga menemukan makna yang kemudian makna itulah menjadi hasil penelitian.

Metode analisis data merupakan tahap dalam suatu penelitian setelah pengumpulan data selesai. Karena dengan analisis data ini, data yang diperoleh akan diolah untuk mendapatkan jawaban dari permasalahan yang ada. Sesuai dengan data yang diperoleh maka dalam penelitian ini peneliti mengumpulkan, mengklasifikasi data yang diperoleh dari hasil penelitian mengenai implementasi program paket *Korea Muslim Holiday Consortium* di Indonesia tahun 2015-2017, kemudian dicari dengan konsep diplomasi komersial Evan Potter selanjutnya ditarik kesimpulan guna menentukan hasilnya. Hasil dari analisis data tersebut selanjutnya akan disajikan secara deskriptif, yaitu dengan jalan menentukan data dan menggambarkan apa adanya sesuai dengan permasalahannya yang diteliti dengan data-data yang diperoleh.







## A. PENYAJIAN DATA

### 1. KOREAN MUSLIM HOLIDAY CONSORTIUM

Korea Selatan merupakan negara yang memberikan kebebasan kepada penduduknya dalam beragama. Dewasa ini toleransi umat beragama di Korea Selatan semakin tinggi seiring dengan meningkatnya perkembangan pariwisata khususnya wisatawan muslim. Pemerintah Korea Selatan juga mulai memperhatikan kebutuhan-kebutuhan dengan mulai membangun fasilitas-fasilitas bagi umat muslim seperti tempat ibadah hingga restoran halal. Selain digunakan bagi kenyamanan umat Muslim yang tinggal di Korea Selatan, fasilitas-fasilitas tersebut tentunya juga digunakan untuk menarik wisatawan muslim dari negara lain yang hendak berkunjung ke Korea Selatan.

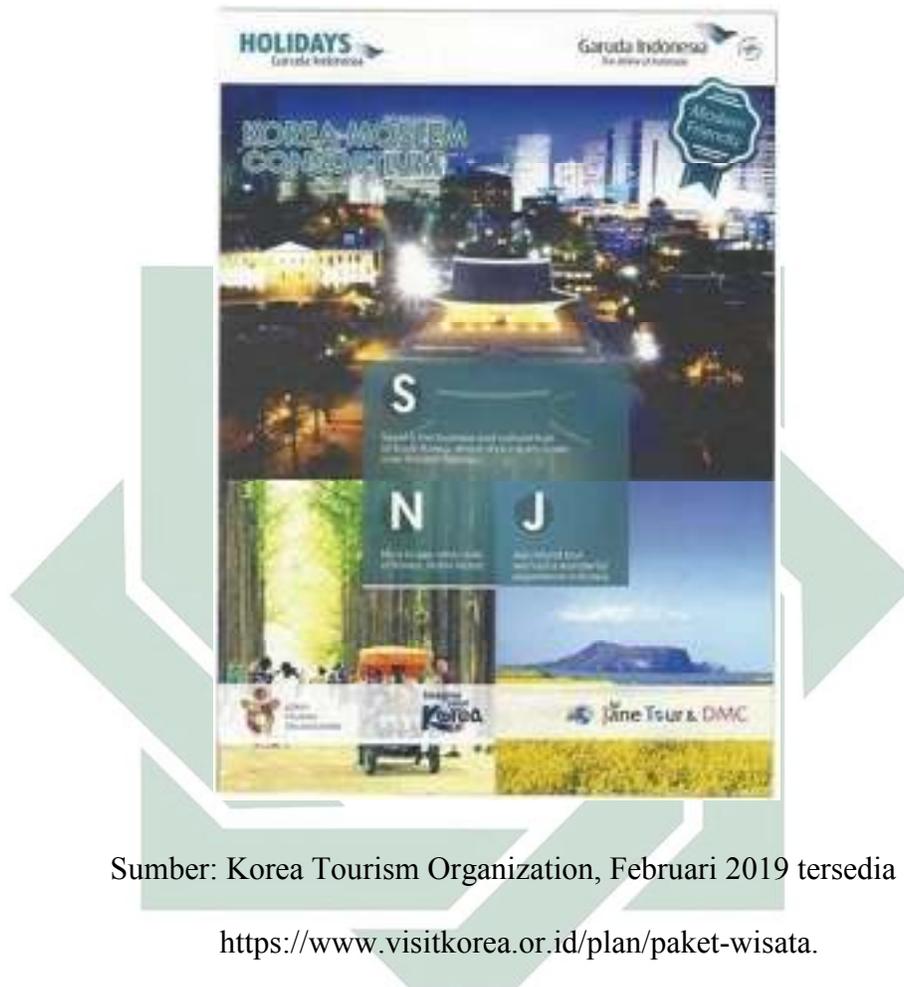
Selain itu melalui *Korea Tourism Organization* (KTO) sebagai organisasi non profit pemerintah Korea Selatan dalam bidang pariwisata, disediakan program-program paket perjalanan bagi wisatawan yang ingin berkunjung ke Korea Selatan. Pariwisata di Korea Selatan dikenal sangat kental dengan unsur kebudayaan dan sifat modern. Destinasi wisata di Korea Selatan yang mengandung unsur sejarah dan budaya seperti kuil, istana kerajaan, seni pahat, benteng, desa-desa tradisional dan juga museum-museum dikemas dan disajikan secara modern disandingkan dengan destinasi perkotaan seperti Neverland, Lotte World, Myeongdong dan sebagainya dalam paket-paket wisata tersebut.

Indonesia yang memiliki jumlah penduduk 250 juta dan merupakan negara dengan mayoritas penduduk muslim terbesar di dunia, menjadikan Indonesia sebagai negara yang memberikan sumbangsih pertumbuhan wisatawan ke Korea Selatan sangat tinggi.<sup>30</sup> Melihat hal tersebut, untuk semakin meningkatkan minat dan memberikan kenyamanan bagi calon wisatawan muslim yang akan berkunjung, *Korea Tourism Organization* (KTO) menyediakan program paket perjalanan yang bertema wisata halal yang sesuai dengan syariat Islam. *Korea Tourism Organization* (KTO) Jakarta bekerjasama dengan beberapa agen perjalanan di Indonesia menyediakan program paket *Korea Muslim Holiday Consortium* yang ditujukan kepada masyarakat Indonesia yang ingin melakukan perjalanan ke Korea Selatan dengan mengusung tema halal tanpa perlu khawatir akan kebutuhan-kebutuhan khusus wisatawan muslim seperti waktu sholat dan makanan halal. Program paket *Korea Muslim Holiday Consortium* ini disponsori oleh Garuda Indonesia sebagai maskapai penerbangan yang menjadi mitra perjalanan dalam program paket tersebut.

---

<sup>30</sup> Korea Tourism Organization. "Dari Negara-Negara yang Berkunjung ke Korea tahun 2016", terdapat di [http://www.visitkorea.or.id/bbs/board.php?bo\\_table=news\\_release&wr\\_id=106](http://www.visitkorea.or.id/bbs/board.php?bo_table=news_release&wr_id=106), diakses pada 22 Agustus 2018

**Gambar 4.1 Korea Muslim Holiday Consortium**



Sumber: Korea Tourism Organization, Februari 2019 tersedia di <https://www.visitkorea.or.id/plan/paket-wisata>.

Diadakannya program paket *Korea Muslim Holiday Consortium* ini merupakan kerjasama antara *Korea Tourism Organization* Indonesia dan beberapa agen perjalanan Indonesia untuk meningkatkan minat wisatawan muslim Indonesia serta memberikan solusi bagi kekhawatiran wisatawan muslim akan kehalalan makanan dan ketersediaan tempat ibadah bagi yang hendak berkunjung ke Korea Selatan. *Korea Muslim Holiday Consortium* pertama kali diluncurkan pada April tahun 2015 dan diikuti oleh 9 agen perjalanan dalam





Pada awalnya, hanya terdapat dua destinasi perjalanan yang disuguhkan dalam program paket *Korea Muslim Holiday Consortium* yakni Gyeonggi-do dan Provinsi Gangwon yang banyak terdapat tempat-tempat hiburan yang menyediakan tempat ibadah dan makanan halal bagi wisatawan muslim. Begitupun dengan durasi waktu wisata hanya terdapat tiga pilihan yang disediakan yakni 5 hari 3 malam, 6 hari 4 malam dan 7 hari 5 malam. Seiring dengan semakin banyaknya fasilitas ramah muslim yang diberikan oleh pemerintah Korea Selatan, maka destinasi yang ditawarkan meliputi semua daerah terkenal di Korea Selatan seperti *Nami Island*, Seoul dan *Jeju Island*. Bahkan tersedia pula paket berdasarkan musim-musim di Korea Selatan baik itu musim semi, gugur, panas dan musim dingin. Harga paket pun bermacam-macam mulai dari 600 USD hingga 700 USD atau sekitar 8 hingga 10 juta rupiah per paket, tergantung pada durasi hari ataupun berdasarkan musim yang dipilih.<sup>34</sup>

Selain merupakan paket wisata halal perbedaan program paket *Korea Muslim Holiday Consortium* dengan paket wisata lain adalah disuguhkan destinasi lain yakni Masjid Itaewon yang merupakan Masjid terbesar di Korea Selatan. Masjid Itaewon merupakan masjid yang dibangun di atas tanah pemberian pemerintah Korea Selatan yang dibangun selama 2 tahun yakni dari

---

<sup>34</sup> Priyadi Abadi (Founder dan CEO Korea Muslim Holiday Consortium) dalam wawancara yang dilakukan peneliti pada tanggal 22 November 2018



2. Penentuan posisi pasar yang tepat dan terarah
3. Pembukaan cabang instansi pada negara yang dituju
4. Menggunakan sole agent

Program paket *Korea Muslim Holiday Consortium* dibentuk oleh Korea Tourism Organization dan kemudian dipasarkan di Indonesia bersama-sama dengan agen perjalanan Indonesia sebagai *sole agent* dengan strategi penentuan pasar yang pas dilihat dari jumlah populasi muslim di Indonesia yang merupakan negara berpenduduk muslim terbanyak. Differensiasi produk terjadi pada keunikan program paket *Korea Muslim Holiday Consortium* dimana program paket ini menggunakan tema wisata halal Korea Selatan. Selain itu, wisatawan yang membeli paket *Korea Muslim Holiday Consortium* tidak hanya mendapatkan fasilitas perjalanan wisata halal tetapi para wisatawan juga diajak untuk turut menyebarkan Islam dengan memberikan properti Islam seperti mukena dan AlQur'an pada masjid, mushola serta ruang ibadah yang ada di Korea Selatan.

Selain itu Priyadi Abadi juga menjelaskan bahwa kunci utama dalam strategi pemasaran *Korea Muslim Holiday Consortium* adalah didasarkan pada keinginan untuk memahami kebutuhan wisatawan muslim. Secara detail, Priyadi menjelaskan setidaknya ada beberapa hal yang terus dilakukan oleh *Korea*



tersebut. Selain bekerjasama dengan agen perjalanan Indonesia, *Korea Tourism Organization* (KTO) juga melakukan promosi mengenai program paket *Korea Muslim Holiday Consortium* ini secara langsung pada *event-event* yang diadakan oleh KTO seperti *Korean Festival*, *Korea Travel Fair* dan *Halal Restaurant Week* yang biasanya diadakan setiap tahun di Indonesia. Pada *even-event* tersebut KTO tidak hanya mengundang agen perjalanan yang menjadi mitra kerja, akan tetapi juga agen perjalanan lain yang diharapkan akan tertarik untuk bergabung menjadi anggota konsorsium. *Korea Tourism Organization* juga mempromosikan program paket *Korea Muslim Holiday Consortium* secara online melalui website resmi KTO yang dapat diakses kapanpun oleh masyarakat Indonesia.

## **2. TANTANGAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN WISATAWAN MUSLIM DAN PEMASARAN PROGRAM PAKET *KOREA MUSLIM HOLIDAY CONSORTIUM***

Dewasa ini Korea Selatan telah menjadi destinasi impian bagi setiap orang khususnya bagi para penggemar drama Korea maupun *K-popers* dari berbagai negara seperti Jepang, China, Thailand, Filipina bahkan negara-negara berpenduduk mayoritas Muslim seperti Malaysia, Indonesia dan negara-negara Timur Tengah. Berdasarkan data statistik pariwisata Korea Selatan yang dikeluarkan oleh Korea Tourism Organization (KTO), pada tahun 2016 wisatawan dari Asia Tenggara mengalami peningkatan yang signifikan dibandingkan tahun 2015, sebesar 39% pada enam negara utama di Asia

Tenggara yang melakukan kunjungan ke Korea Selatan yaitu Thailand, Malaysia, Filipina, Indonesia, Singapur dan Vietnam.<sup>38</sup>

**Table 4.1 Data Pertumbuhan Wisatawan Asia Tenggara ke Korea Selatan  
Tahun 2015-2017**

Nationality	Growth%		
	2015	2016	2017
Thailand	-20.4	26.5	6
Malaysia	-8.7	39.4	-1.2
Philippines	-7.2	37.9	-19.4
Indonesia	-7.1	52.6	-21.9
Singapore	-20.4	38.3	-2.4
Myanmar	-1.4	16.2	2.1
Vietnam	15	54.5	29.2
Cambodia	6.7	16.3	2.6

Sumber: diakses melalui website resmi Korea Tourism Organization (KTO) tersedia di

<https://kto.visitkorea.or.kr/eng/tourismStatics/keyFacts/KoreaMonthlyStatistics/eng/inout/inout.kto> diakses pada 22 Agustus 2018

<sup>38</sup> diakses melalui website resmi Korea Tourism Organization (KTO) tersedia di <https://kto.visitkorea.or.kr/eng/tourismStatics/keyFacts/KoreaMonthlyStatistics/eng/inout/inout.kto> diakses pada 22 Agustus 2018

Dari data tersebut dapat dilihat bahwa pada tahun 2016 wisatawan dari negara-negara di Asia Tenggara mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya, Vietnam mengalami peningkatan tertinggi yakni 54.5% kemudian Indonesia 52.6% dan Malaysia 39.4%. Berdasarkan data tersebut juga dapat diketahui bahwa Indonesia yang merupakan negara berpenduduk muslim terbesar dan Malaysia yang merupakan negara mayoritas muslim di Asia Tenggara menyumbangkan wisatawan cukup banyak bagi Korea Selatan. Hal ini dapat disimpulkan bahwa meningkatnya wisatawan muslim di Korea Selatan mayoritas berasal dari Indonesia dan Malaysia, meskipun pada tahun selanjutnya terjadi penurunan kedatangan wisatawan dari empat negara di Asia Tenggara yang diantaranya termasuk Indonesia dan Malaysia.

Perkembangan wisatawan asal Indonesia ini sejalan dengan tingkat pertumbuhan ekonomi Indonesia dilihat dari pertumbuhan domestik bruto pertahun, dimana pada tahun 2016 ekonomi Indonesia meningkat sebesar 0.05% dari tahun sebelumnya dan mengalami penurunan sebesar 0.06% pada tahun 2017<sup>39</sup>. Hal ini tentunya berpengaruh pada tingkat perkembangan di sejumlah sektor industri termasuk industri pariwisata karena permintaan konsumen yang turut mengalami peningkatan dan penurunan seiring dengan tingkat pertumbuhan ekonomi.

---

<sup>39</sup> Badan Pusat Statistik (BPS) online tersedia di <https://www.bps.go.id/publication/2018/06/07/03ef95597507c3214e16e421/pendapatan-nasional-indonesia-2013-2017.html> diakses pada 5 Agustus 2019

**Tabel 4.2 Tingkat Pertumbuhan Ekonomi Indonesia**

	2013	2014	2015	2016	2017
Pertumbuhan (perubahan % tahunan)	5,41	5,16	4,96	5,01	4,95

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS)

Adanya penurunan jumlah wisatawan Indonesia tersebut, menunjukkan bahwa terdapat tantangan dalam upaya meningkatkan kunjungan wisatawan muslim Indonesia ke Korea Selatan dan tentunya terdapat pula tantangan dalam penjualan program paket *Korea Muslim Holiday Consortium*. Menurut Priyadi Abadi, setidaknya terdapat dua tantangan utama dalam penjualan program paket *Korea Muslim Holiday Consortium*.<sup>40</sup> Pertama, yang menjadi tantangan bagi *Korea Tourism Organization* (KTO) dan agen perjalanan anggota konsorsium adalah menyiapkan sumber daya manusia yang berpengalaman yang siap memberikan pelayanan terbaik dan memberikan pemahaman mengenai wisata halal Korea Selatan dan program paket *Korea Muslim Holiday Consortium* kepada masyarakat Indonesia. Hal ini dikarenakan minimnya pengetahuan masyarakat Indonesia tentang wisata halal Korea Selatan yang membuat mereka akhirnya memilih untuk membeli paket wisata umum. Selain itu, masyarakat Indonesia juga masih berpikir bahwa agen perjalanan muslim hanya menjual paket haji dan umroh saja.

<sup>40</sup> Priyadi Abadi (Founder dan CEO Korea Muslim Holiday Consortium) dalam wawancara yang dilakukan peneliti pada tanggal 28 November 2018







Untuk mendukung penerapan *Muslim Friendly Policy*, pemerintah Korea Selatan bekerjasama dengan negara-negara mayoritas Muslim seperti Indonesia agar dapat memenuhi kebutuhan wisatawan Muslim. Selain itu, melalui *Korea Tourism Organization* (KTO) pemerintah juga bekerjasama dengan KMF atau *Korea Muslim Federation* dalam sertifikasi restoran halal, dimana keberadaan restoran halal merupakan suatu hal yang sangat vital bagi seorang muslim ketika sedang berwisata. Selain itu, upaya lain yang dilakukan dalam peningkatan wisatawan muslim di Korea melalui *Muslim Friendly Policy* diantaranya adalah terus mengembangkan restoran halal, memberikan sertifikasi halal untuk restoran dan beberapa produk makanan, pembangunan masjid dan musholla di tempat-tempat umum dan lain sebagainya. Beberapa tempat umum yang menyediakan tempat sholat diantaranya adalah *Lotte World Adventure, Neverland, Nami Island, Bandara Incheon, Wooridul Hospital, Seoul Nasional University Hospital, Kantor KTO Tourist Information Center (TIC)* dan restoran-restoran halal di Korea Selatan.

**Table 4.3 Data Masjid, Musholla dan Room Prayer di Korea Selatan**

No	Nama	Alamat
1.	Seoul Central Masjid	39, Usadan-ro 10-gil, Yongsan-gu, Seoul
2.	Masjid Ansan	Wongok-dong 741-5, Danwon-gu,

		Ansan-si, Gyeonggi-do
3.	Masjid Al-Fatihah Busan	Namsan-dong, Geumjeong-gu, Busan
4.	Masjid Pocheon	Songu-ri 107, Soholeup, Pocheon-si, Gyeonggi-do
5.	Masjid Paju	Yeongtae-ri 421-9, Wollong-myeon, Paju-si, Gyeonggi-do
6.	Masjid Buyeong	Sipjeong-dong 574-19, Bupyeong-gu, Incheon
7.	Masjid Anyang	Anyang5-dong 618-132, Manan-gu, Anyang-si, Gyeonggi-do
8.	Masjid Gwangju	Yeongkdong 48-9, Gwangju-si, Gyeonggi-do
9.	Masjid Jeonju	Inhu-dong 2-ga 1567-10, Deongjin-gu, Jeonju-si, Jeollabuk-do
10.	Masjid Usman Daegu	JungJeong-dong 202-6, Dalseo-gu, Daegu
11.	Musholla di Bandara Incheon	Lantai 4 gedung keberangkatan dan terminal penumpang
12.	Musholla di Korea Tourist Board	Lantai 1 bawah tanah
13.	Musholla di Lotte World	Lantai 4 Lotte World (dipasang partisi)
14.	Musholla di Everland	Lantai 1 lobi Bioskop Vivtoria

		Everland Resort
15.	Musholla Oulau Nami	Lantai 2 Balpleks Kemudahan Multi
16.	Jeju Islamic Center	1208, Jeonghan Office Hotel, 42, Noyeon-ro, Jeju-si, Jeju-do
17.	International Health Care Center, Korea University Anam Hospital	73 Inchon-ro, Anam-dong, Seongbuk- gu, Seoul
18.	COEX (Convention and Exhibition Center)	513, Yeongdong-daero, Samseong il- dong Gangnam-gu, Seoul
19.	Wooridul Hospital	47-4 Cheongdam-dong, Gangnam-gu, Seoul
20.	K-Style Hub	40 Cheonggyecheon-ro, Da-dong, Jung-gu, Seoul
21.	Seoul St. Mary's Hospital of The Catholic University of Korea	Banpo-dong, Seoul
22.	Seoul National University Hospital	28 Yeon Gun, Jong-ro, Seoul
23.	Korea Flok Village	90 Minsokchon-ro, Sanggal-dong, Giheung-gu, Yongin-si, Gyeonggi-do

Sumber: Korea Tourism Organization, Desember 2018 tersedia di

[http://english.visitkorea.or.kr/e\\_book/ecatalog.jsp?Dir=548&catimage=&eclang=](http://english.visitkorea.or.kr/e_book/ecatalog.jsp?Dir=548&catimage=&eclang=)

[english](#)

Selain itu, untuk meningkatkan pertumbuhan wisatawan Muslim, *Korea Tourism Organization* (KTO) fokus melakukan kampanye *Muslim Friendly* dengan tujuan untuk mengajak wisatawan-wisatawan Muslim Indonesia mengunjungi Korea. Kampanye ini dilakukan pada tahun 2016 di Hotel Mulia, Indonesia dengan mengundang agen travel Indonesia dan sekaligus mempromosikan program paket *Korea Muslim Holiday Consortium* yang dihadiri oleh presiden *Korea Tourism Organization* (KTO), Jung Chang Su. Kemudian, kampanye muslim friendly juga dilakukan oleh pemerintah Korea Selatan dengan menggelar *Halal Restourant Week* dengan tujuan untuk mengenalkan produk halal dan pariwisata halal yang ada di Korea Selatan. Hal ini menunjukkan bahwa pemerintah Korea Selatan mengakomodir kebutuhan wisatawan Muslim dan merupakan tanda bahwa Korea Selatan semakin ramah terhadap Muslim.

#### **b. Ekspor Produk Halal ke Beberapa Negara Mayoritas Muslim**

Adanya populasi Muslim yang begitu besar yang tersebar diseluruh penjuru dunia, membuat negara Muslim maupun non-Muslim mulai membahas mengenai potensi dan peluang produk-produk halal di pasar internasional. Selain karna produk halal diwajibkan bagi umat Muslim, produk halal juga mengandung zat-zat yang baik bagi tubuh dan aman bagi kesehatan. Oleh karena itu produk-produk halal ini juga mulai diminati oleh non-Muslim yang ingin menerapkan hidup sehat. Pada era ini, produk halal



sebelumnya yakni tahun 2010-2014, ekspor halal juga mengalami kenaikan sebesar 69,3 persen pada ekspor pertanian dan makanan secara keseluruhan.<sup>45</sup> Selain negara anggota GCC, ekspor ke Indonesia, Malaysia dan Iran juga turut meningkat secara signifikan. Pada tahun 2015 nilai ekspor produk pertanian dan makanan Korea Selatan ke negara mayoritas Muslim tercatat sebesar \$900 juta, atau lebih dari 10 persen dari total ekspor Korea Selatan secara keseluruhan.<sup>46</sup> Dengan terus meningkatnya jumlah ekspor makanan dan pertanian, memberikan kesempatan bagi produsen makanan dan petani lokal untuk meningkatkan hasil produksi mereka. Produk yang diminati meliputi produk-produk segar dan biji-bijian, ekstrak ginseng, kimchi, susu bubuk, kopi instan dan mie. Hal ini juga berdampak pada meningkatnya perusahaan di Korea Selatan yang bergerak untuk mendapatkan serifikasi halal yang merupakan persyaratan wajib untuk memasuki pasar halal internasional.

Upaya pemerintah Korea Selatan dalam meningkatkan ekspor produk halal adalah dengan diadakannya pameran halal seperti *Halal Expo* yang diadakan setiap tahun di Korea Selatan. *Halal Expo* pertama kali diselenggarakan pada tahun 2015. Event ini, disponsori oleh beberapa lembaga pemerintah seperti *Halal Expo Korea Organizing Committee*, *The Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs (MAFRA)* dan *Korea Muslim*

---

<sup>45</sup> Korea Halal, Halal Market Size tersedia di <http://www.koreahalal.kr/sub/a2.asp?ChnVal=eng> diakses pada 3 Maret 2019

<sup>46</sup> Korea Halal, Halal Market Size tersedia di <http://www.koreahalal.kr/sub/a2.asp?ChnVal=eng> diakses pada 3 Maret 2019

*Federation* (KMF). Event tersebut juga dihadiri oleh *Organization of Islamic Cooperation* (OIC), otoritas GIMDES (Turki), JAKIM (Malaysia), LPPOM MUI (Indonesia), anggota *Gulf Halal Center* di UEA dan organisasi sertifikasi halal dari beberapa negara.<sup>47</sup> Selain itu, Halal Expo ini juga dilaksanakan diberbagai negara yang mayoritas berpenduduk muslim seperti Malaysia, Indonesia dan Uni Emirat Arab.

Dengan memasuki pasar halal internasional yang semakin memiliki potensi yang besar, pemerintah Korea Selatan tidak ingin melewatkan kesempatan. Selain itu, keberhasilan soft diplomacy Korea Selatan melalui K-wave memberikan peluang yang besar untuk memasuki pasar Muslim dimana dewasa ini budaya Korea sangat digemari dan diminati oleh seluruh masyarakat internasional terutama remaja di Indonesia, Malaysia dan Timur Tengah. Sehingga pemerintah Korea Selatan melihat hal ini sebagai peluang ekspor produk halal untuk mencapai kepentingan mereka.

### **c. Sertifikasi Makanan Halal Oleh *Korea Muslim Federation* (KMF)**

Sebagai sebuah negara minoritas Muslim, memang perlu diakui bahwa untuk mencari restoran ataupun tempat yang menjual makanan bersertifikat halal di Korea Selatan masih tergolong cukup susah. Kebiasaan masyarakat lokal yang masih suka mengonsumsi daging babi dan alkohol menjadi

---

<sup>47</sup>Priyadi Abadi (Founder dan CEO Korea Muslim Holiday Consortium) dalam wawancara yang dilakukan peneliti pada tanggal 23 November 2018

kendala tersendiri bagi masyarakat Muslim setempat dan wisatawan Muslim Indonesia yang sedang berkunjung. Bahkan tak jarang ditemui sejumlah oknum pengusaha curang yang menjual produk makanan halal bersertifikat palsu. Mereka menempelkan sendiri logo halal pada setiap makanan yang mereka jual, tanpa mengetahui makna dari kata halal tersebut.<sup>48</sup>

Oleh sebab itu, pemerintah Korea Selatan bekerja sama dengan KMF dalam sertifikasi makanan dan produk halal di Korea Selatan. KMF merupakan organisasi keagamaan yang diakui oleh pemerintah Korea Selatan yang dibentuk oleh Sabri Seo Jung Gil, Sulayman Lee Hwa Sik dan Muhammad Yoon Du Yeong pada tahun 1965.<sup>49</sup> KMF mengatur segala urusan keagamaan Islam mulai dari penyelenggaraan program perkuliahan, pernikahan, perceraian, hingga pendaftaran sertifikasi halal di Korea Selatan. Dalam organisasi ini dibentuk organ kecil bernama *Korea Muslim Federation Halal Committee* yang bertugas untuk memberikan sertifikat halal bagi sejumlah pelaku bisnis makanan di Korea Selatan baik restoran maupun perusahaan pemasok daging.<sup>50</sup> Dalam penerapan pemberian sertifikasi halal,

---

<sup>48</sup> Priyadi Abadi (Founder dan CEO Korea Muslim Holiday Cosortium) dalam wawancara yang dilakukan peneliti pada tanggal 28 November 2018

<sup>49</sup> Abdul Haq (Jae Dae Sik), *Gerakan Islam di Korea dan Indonesia Pada Awal Abad Kedua Puluh: Suatu Studi Historis* (Yogyakarta: Dua Dimensi, 1985) hlm.110

<sup>50</sup> Yes! Halal, "Halal Status in South Korea" online tersedia di <https://www.yeshalal.co.kr/halal-status-in-korea-eng> diakses pada 20 Desember 18

KMF juga bekerjasama dengan MUI Indonesia agar dalam pengarahan sertifikasi makanan halal dan sesuai syariat Islam.<sup>51</sup>

**Gambar 4.2 Logo Halal Korea Muslim Federation**



Sumber: Korea Muslim Federation Desember 2018 tersedia di  
<https://www.halalverified.com/Halnet/Details/69>

Terdapat 4 kategori restoran ramah muslim yang tersebar di Korea Selatan yaitu *Halal Certified*, *Self Certified*, *Muslim Friendly*, dan *Pork Free*. *Halal Certified* adalah restoran yang mendapatkan sertifikat halal dari KMF, *Self Certified* adalah restoran makanan halal yang disertifikasi oleh pemilik restoran yang beragama islam, *Muslim Friendly* adalah restoran yang menjual makanan halal tetapi juga masih menjual alkohol, sedangkan *Pork Free* adalah restoran yang menjual daging tetapi tidak menjual daging babi.

**Tabel 4.4 Restoran Halal di Korea Selatan**

Nama	Jenis	Alamat	Kategori
------	-------	--------	----------

<sup>51</sup> Priyadi Abadi (Founder dan CEO Korea Muslim Holiday Cosortium) dalam wawancara yang dilakukan peneliti pada tanggal 28 November 2018

	<b>Makanan</b>		
Salam	Turki	39-Usadan-ro 10-gil, Yongsan-gu, Seoul	Halal Certified
Kervan Turkish Restaurant (Itaewon Branch)	Turki	150, Itaewon-ro Yongsan- gu, Seoul	Halal Certified
Kervan Turkish Restaurant (Kervan Express GFC)	Turki	152, Teheran-ro, Gangnam- gu, Seoul	Halal Certified
Kervan Turkish Restaurant (COEX MALL Branch)	Turki	513, Yeongdong-daero, Gangnam-gu, Seoul	Halal Certified
Mr. Kebab	Turki	192, Itaewon-ro, Yongsan- gu, Seoul	Halal Certified
Eid	Korea	67, Usadan-ro 10-gil, Yongsan-gu, Seoul	Halal Certified
Istanbul Deligent	Turki	40, Usadan-ro 10-gil, Yongsan-gu, Seoul	Halal Certified
Makan Restaurant	Korea	52, usadan-ro, 10-gil, Yongsan-gu, Seoul	Halal Certified
Pasha (Itaewon Branch)	Turki	189, Itaewon-ro, Yongsan- gu, Seoul	Halal Certified
Sultan Kebab	Turki	126, Bongwang-ro, Yongsan-gu, Seoul	Self Certified
Usmania	India &	34, Usadan-ro, Yongsan-gu,	Self







		Suseong-gu, Daegu	Friendly
Namaste (Marine city Branch)	India	46, Marine City 3-ro, Heundae-gu, Busan	Muslim Friendly
Cappadocia	Turki	123-9, Gcumdand-ro, Geumjeong-gu, Busan	Self Certified
Hurgsiru	Korea	38, Chaseong-ro 451beon-gil Gijang-eup, Gijang-gun, Busan	Pork Free
Sujata	Korea	3, Dongsan-gil 7beon-gil, Dong-gu, Gwangju	Muslim Friendly
Mulmegol	Korea	67, Beondaedong-gil, Aewol-eup, Jeju-si, Jeju-do	Muslim Friendly
Badajanchi	Korea	79, Tapdong-ro, Jeju-si, Jeju-do	Muslim Friendly
Badapunggyeong	Korea	654, Seohaean-ro, Jeju-si, Jeju-do	Muslim Friendly
Baengnok Hoegwan	Korea	222, ilchul-ro, Seongsan-eup, Seogwipo-si, Jeju-do	Muslim Friendly
Rajmahal	India	39, Singwan-ro, Jeju-si, Jeju-do	Muslim Friendly

Sumber: Korea Tourism Organization, Desember 2018 tersedia di

[http://english.visitkorea.or.kr/e\\_book/ecatalog.jsp?Dir=548&catimage=&eclang=english](http://english.visitkorea.or.kr/e_book/ecatalog.jsp?Dir=548&catimage=&eclang=english)

#### **d. Festival Halal Restaurant Week Korea**

Seperti diketahui, budaya Korea Selatan telah menjadi salah satu daya tarik bagi wisatawan mancanegara tak terkecuali wisatawan Indonesia. hal yang sama berlaku pula pada kuliner khas Korea Selatan yang memiliki keunikan cita rasa yang khas bagi wisatawan mancanegara yang berkunjung. Namun, tentunya beberapa kuliner khas Korea ini tidak bisa dinikmati oleh semua wisatawan Muslim dikarenakan bahan-bahan yang digunakan mengandung alkohol dan daging babi. Ketika berkunjung ke Korea Selatan tidak mudah untuk memilih rumah makan yang bagus dan terpercaya, khususnya bagi wisatawan Muslim untuk dapat menikmati makanan tanpa rasa khawatir akan kehalalannya.

*Halal Restaurant Week* merupakan acara tahunan yang diadakan sebagai langkah untuk mempromosikan restoran-restoran ramah Muslim yang berada di Korea Selatan. Acara ini tidak hanya ditunjukkan untuk kalangan Muslim saja, namun untuk semua wisatawan di Indonesia. *Halal Restaurant Week* pertama kali digelar oleh pemerintah Korea Selatan melalui *Korea Tourism Organization* (KTO) pada tahun 2016.<sup>52</sup> Dalam acara ini juga diberikan kupon potongan harga dan beragam manfaat lainnya untuk wisatawan muslim Indonesia ketika mengunjungi restoran ramah muslim di Korea Selatan. Restora-restoran yang berpartisipasi dalam acara tersebut

---

<sup>52</sup>Priyadi Abadi (Founder dan CEO Korea Muslim Holiday Cosortium) dalam wawancara yang dilakukan peneliti pada tanggal 28 November 2018

dipilih langsung oleh pihak *Korea Tourism Organization* (KTO) sehingga dapat dipastikan bahwa restoran-restoran tersebut benar-benar bersertifikasi halal.

Halal Restaurant Week digelar selama 60 hari dan diikuti oleh 123 restoran ramah muslim dari seluruh penjuru Korea Selatan. Selain itu, acara ini juga didukung oleh beberapa kegiatan lain seperti promosi kebudayaan Korea Selatan, promosi paket wisata oleh agen perjalanan lokal dan lain sebagainya. *Korea Tourism Organization* juga mengadakan *Halal Food Festival* sebagai acara pembuka dalam acara *Halal Restaurant Week* ini. *Halal Food Festival* sendiri diadakan untuk mengenalkan kuliner khas Korea Selatan yang telah disajikan secara halal kepada para pengunjung. Tidak hanya di Indonesia, buku kupon *Halal Restaurant Week* juga dibagikan oleh *Korea Tourism Organization* (KTO) melalui sejumlah kantor cabang yang terletak di Singapura, Kuala Lumpur, Jakarta, Bangkok, New Delhi, Dubai, Istanbul dan Almaty. Selain itu, *Korea Tourism Organization* (KTO) juga bekerjasama dengan agen perjalanan Indonesia untuk membagikan kupon *Halal Restaurant Week* ini kepada wisatawan muslim Indonesia yang hendak berkunjung ke Korea Selatan.

**Gambar 4.3 Halal Restaurant Week Korea 2017**



Sumber: Korea Tourism Organization, Februari 2019 tersedia di

<http://www.visitkorea.or.id/article/halal-restaurant-week-korea-2017>

**e. Menerbitkan Aplikasi Buku Panduan Khusus Wisatawan Muslim  
(Korea Travel Book App)**

Masyarakat internasional mengenal Korea Selatan sebagai negara dengan mayoritas penduduk beragama Kristen. Berdasarkan fakta tersebut, wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Korea Selatan khususnya wisatawan muslim Indonesia perlu berhati-hati dalam berbelanja mengingat produk daging babi dan makanan yang mengandung alkohol merupakan makanan sehari-hari yang dikonsumsi oleh masyarakat Korea. Sementara, makanan yang mengandung alkohol dan memabukkan dan produk olahan yang berasal dari daging babi atau sejenisnya menurut agama Islam dilarang untuk dikonsumsi. Dengan mempertimbangkan kebutuhan wisatawan muslim

Indonesia tersebut dan untuk mempermudah wisatawan menemukan restoran yang memiliki sertifikasi halal, maka pemerintah Korea Selatan melalui *Korea Tourism Organization* mengeluarkan aplikasi buku panduan pariwisata ramah muslim yang bernama *Korea Travel Book App*. Buku panduan ini dapat diakses melalui website Visit Korea di mana pada setiap tahun buku panduan tersebut diperbarui.

*Korea Travel Book* merupakan sebuah aplikasi dimana wisatawan dapat memperoleh berbagai informasi wisata Korea Selatan yang berbentuk *e-book* (buku elektronik). Aplikasi ini dapat diunduh melalui *Google Playstore* dan *Apple Store* pada Smartphone yang tentunya berguna untuk memudahkan para wisatawan membawa buku ini kemanapun dan dimanapun saat dalam perjalanan berwisata.<sup>53</sup> Wisatawan dapat membaca berbagai informasi wisata dan materi terkait wisata Korea Selatan seperti panduan wisata muslim, peta, tips berwisata, wisata sesuai tema, wisata daerah regional, jalur bersepeda bagi wisatawan dan lain sebagainya.

---

<sup>53</sup> Korea Tourism Organization, "Buku Panduan Wisata Korea (Korea Travel Book)" diakses pada 27 Februari 2019 tersedia di <http://www.visitkorea.or.id/article/korea-travel-book-app>

**Gambar 4.4 Buku Panduan Wisatawan (Korea Travel Book)**



Sumber: Korea Tourism Organization, Februari 2019 tersedia di

<http://www.visitkorea.or.id/article/korea-travel-book-app>

Terdapat beberapa e-book yang direkomendasikan oleh aplikasi tersebut untuk para wisatawan yang berkunjung ke Korea Selatan diantaranya adalah *Muslim Friendly Restaurant in Korea*, e-book ini diterbitkan oleh *Korea Tourism Organization (KTO)* dan bekerjasama dengan *Korea Muslim Federation (KMF)* untuk menyajikan informasi yang akurat mengenai restoran ramah muslim di Korea Selatan. Selain itu terdapat pula *Restourant Guide for Muslim Visitor* dan *Safe Travel In Korea* yang akan semakin membantu wisatawan muslim dalam perjalanan wisata, serta, memberikan cara-cara untuk mempersiapkan dan menanggapi berbagai situasi.

#### f. Meluncurkan Aplikasi Halal Korea Selatan

Pariwisata halal semakin mendapatkan tempat di Korea Selatan. Pada tahun 2013, telah tercatat sekitar 620 ribu wisatawan Muslim yang mengunjungi Korea Selatan, angka inilah yang akhirnya membuat pemerintah Korea Selatan berinisiatif meluncurkan aplikasi Halal Korea.<sup>54</sup> Aplikasi ini menyajikan rincian dan informasi mengenai restoran, supermarket, tempat ibadah, arah qiblat, penginapan serta fasilitas wisatawan Muslim yang tentunya sesuai dengan syariat Islam.

Selain itu, aplikasi ini turut memberikan kontribusi dalam mempromosikan makanan Korea dan pariwisata di pasar halal. Pada awalnya, aplikasi ini hanya tersedia gratis dalam bahasa Inggris dan dapat diunduh oleh pengguna Smartphone. Namun, seiring dengan meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan Muslim dari Arab dan Indonesia ke Korea Selatan, maka aplikasi ini juga menyediakan pilihan bahasa Arab dan Indonesia.<sup>55</sup> Aplikasi ini merupakan aplikasi pertama yang disediakan untuk wisatawan muslim yang sedang berkunjung ke Korea Selatan. Aplikasi ini adalah

---

<sup>54</sup> Maya Sarfira, *Korea Luncurkan Aplikasi 'Halal Korea' Sebagai Petunjuk Restoran dan Produk Makanan Halal* artikel online tersedia di <https://food.detik.com/info-halal/d-3034381/korea-luncurkan-aplikasi-halal-korea-sebagai-petunjuk-restoran-dan-produk-makanan-halal> dikses pada 26 Februari 2019

<sup>55</sup> Maya Sarfira, *Korea Luncurkan Aplikasi 'Halal Korea' Sebagai Petunjuk Restoran dan Produk Makanan Halal* artikel online tersedia di <https://food.detik.com/info-halal/d-3034381/korea-luncurkan-aplikasi-halal-korea-sebagai-petunjuk-restoran-dan-produk-makanan-halal> dikses pada 26 Februari 2019

*platform* untuk mempermudah dan menghubungkan wisatawan muslim memenuhi dan terhubung dengan berbagai produk halal.

**Gambar 4.5 Aplikasi Halal Korea**



Sumber: Korea Tourism Organization, Februari 2019 tersedia di <http://www.visitkorea.or.id/article/halal-korea-app>

Aplikasi Halal Korea ini akan menyediakan semua kebutuhan halal wisatawan muslim selama berada di Korea Selatan. Beberapa fitur yang dihadirkan oleh aplikasi ini adalah *Travel*, menu ini menyediakan informasi untuk wisatawan muslim agar menikmati perjalanan mereka dan merekomendasikan tempat-tempat di Korea Selatan yang ramah Muslim. *Restourant*, dalam menu ini disediakan informasi lengkap mengenai restoran di Korea Selatan dengan masing-masing tingkat sertifikasi halal yang berbeda

sesuai dengan yang telah dipaparkan sebelumnya oleh peneliti. Selain itu, resep makanan dan cara pembuatan makanan Korea juga tersedia dalam menu ini, sehingga membuat wisatawan Muslim lebih yakin akan kehalalan makan yang disajikan. *Prayer*, dalam menu ini disajikan informasi mengenai waktu sholat dan informasi rinci mengenai masjid dan mushola atau tempat-tempat sholat di Korea Selatan. Selain itu, terdapat pula Al-Qur'an sehingga para wisatawan muslim tidak perlu khawatir jika tidak membawa Al-Qur'an saat berpergian. *Qibla*, menu ini menyediakan informasi mengenai petunjuk arah qiblat bagi wisatawan Muslim Indonesia yang berkunjung ke Korea Selatan. *Nearby*, menu ini menyediakan informasi mengenai tempat-tempat terdekat dengan keberadaan wisatawan Muslim Indonesia yang tentunya ramah Muslim, sehingga akan memudahkan wisatawan Muslim menentukan tujuan perjalanan. *K-Wave*, dalam menu ini disajikan seluruh informasi mengenai budaya Korea Selatan. *Brand*, menu ini menyajikan informasi produk-produk di Korea Selatan yang telah menerima sertifikasi halal.

Dengan adanya fitur-fitur pada aplikasi tersebut, pemerintah Korea Selatan berharap wisatawan Muslim yang berkunjung ke Korea Selatan dapat memenuhi kebutuhan rohani mereka dan merasa nyaman berkunjung ke Korea Selatan. Diharapkan pula dengan adanya aplikasi Halal Korea akan semakin meningkatkan kunjungan wisatawan Muslim Indonesia ke Korea Selatan. Peningkatan semua fasilitas-fasilitas Muslim yang dilakukan oleh pemerintah Korea Selatan merupakan langkah dari kebijakan *Muslim Friendly*

yang bertujuan untuk menarik minat dan meningkatkan wisatawan Muslim mengunjungi Korea Selatan. Hal ini, dilakukan untuk mencapai kepentingan nasional mereka yaitu meningkatkan devisa negara dan pendapatan negara, dimana wisatawan Muslim akan menghabiskan uang mereka dalam kunjungan mereka ke Korea Selatan.

## **B. ANALISIS HAMBATAN IMPLEMENTASI PROGRAM PAKET WISATA KOREA MUSLIM HOLIDAY CONSORTIUM DI INDONESIA TAHUN 2015-2017**

Analisis ini Sebelum membahas lebih lanjut mengenai analisis masalah penelitian, peneliti ingin sedikit kembali merangkum tentang alur gagasan utama yang terdapat dalam penelitian skripsi ini. Pada penjabaran awal yang terdapat pada Bab I, telah disebutkan bahwa Korea Selatan merupakan salah satu negara yang sedang gencar dalam pengembangan wisata halal. Segala upaya dilakukan oleh pemerintah Korea Selatan untuk menarik minat wisatawan Muslim mancanegara. Pemerintah Korea Selatan melihat Indonesia yang merupakan negara Muslim terbesar sebagai peluang untuk mencapai kepentingan tersebut, sehingga melalui *Korea Tourism Organization* (KTO) dibentuklah program paket *Korea Muslim Holiday Consortium* yang dikhususkan bagi wisatawan muslim Indonesia yang lebih memilih untuk memanfaatkan layanan, fasilitas serta berbagai kegiatan yang sejalan dengan prinsip-prinsip Islam. Namun, meskipun telah banyak upaya dilakukan, Direktur *Korea Tourism Organization* (KTO)

Jakarta, mengatakan bahwa penjualan paket wisata *Korea Muslim Holiday Consortium* di Indonesia ini tidak berjalan lancar. Hal ini dikarenakan produk pariwisata bagi muslim ini tidak terlalu dikenal oleh masyarakat Indonesia sehingga produk pariwisata muslim ini tidak terjual dengan baik.

Mengapa ketidaklancaran penjualan program paket tersebut menjadi pembahasan yang menarik? Perlu diingat bahwa pada bagian sebelumnya telah disebutkan program paket *Korea Muslim Holiday Consortium* merupakan program paket yang dikhususkan untuk wisatawan muslim, sedangkan Indonesia merupakan negara yang berpenduduk mayoritas muslim terbesar di dunia. Lantas mengapa penjualan program paket tersebut tidak terjual dengan baik padahal mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam?

Pada bagian ini, peneliti ingin menganalisa kendala implementasi program paket *Korea Muslim Holiday Consortium* oleh *Korea Tourism Organization* (KTO) dalam mempromosikan pariwisata halal Korea Selatan di Indonesia tahun 2015-2017. Peneliti menggunakan konsep diplomasi komersial dalam Hubungan Internasional sebagai *supporting tools of analysis*.

Merujuk pada konsep diplomasi komersial, merupakan perpaduan kerjasama antara pemerintah dan pelaku usaha atau bisnis dalam mencapai kepentingan keuntungan ekonomi yang ingin dicapai oleh masing-masing pihak. Negara dan pelaku usaha atau bisnis merupakan dua hal yang saling ketergantungan satu sama lain. Selain membantu negara menaikkan devisa dan meningkatkan kekayaan, para pelaku usaha atau bisnis juga menyadari bahwa

untuk dapat bersaing mereka harus berinvestasi di tempat yang tepat, sehingga kebutuhan para pelaku usaha atau bisnis ini mempengaruhi cara pemerintah dalam mengalokasikan sumber daya yang dimiliki agar dapat menarik investasi masuk.

Peneliti melihat bahwa sebagai sebuah negara yang sedang gencar dalam meningkatkan kunjungan wisatawan muslim, Korea Selatan yang merupakan negara minoritas muslim akan melakukan segala upaya untuk menarik minat wisatawan muslim mancanegara. Kemudian untuk mencapai kepentingan tersebut, selaku organisasi pariwisata pemerintah Korea Selatan, *Korea Tourism Organization* (KTO) tentunya sangat mempertimbangkan Indonesia sebagai tempat diadakannya program paket *Korea Muslim Holiday Consortium* dilihat dari jumlah penduduk Indonesia yang mayoritas beragama Islam. Hal ini merupakan sebuah kewajiban apabila akhirnya pemerintah Korea Selatan memberikan serangkaian fasilitas untuk mendukung berjalannya program tersebut sehingga kepentingan masing-masing pihak dapat tercapai.

Sesuai dengan pernyataan Evan Potter, di mana aktivitas diplomasi komersial dibagi ke dalam dua aktivitas berdasarkan kepentingan serta kapasitas dari aktor yang berupa pemerintah dan pelaku usaha atau bisnis. Aktivitas pertama adalah pelaku usaha atau bisnis dalam hal ini *Korea Tourism Organization* (KTO) di mana promosi pariwisata menjadi aktivitas utama yang dilakukan. Sedangkan aktivitas kedua yakni pemerintah, di mana terdapat empat



Dalam mempromosikan program paket wisata *Korea Muslim Holiday Consortium*, *Korea Tourism Organization* (KTO) bekerjasama dengan 16 agen perjalanan Indonesia yang tergabung dalam sebuah konsorsium. Selain itu, *Korea Tourism Organization* (KTO) tidak hanya sekedar mempromosikan program tersebut kepada masyarakat saja, akan tetapi *Korea Tourism Organization* (KTO) juga memberikan layanan bagi para agen perjalanan Indonesia yang tergabung sebagai anggota konsorsium. Hal ini dibuktikan dengan diadakannya *Muslim Educational Trip* sebagai agenda untuk memberikan pemahaman mengenai program paket *Korea Muslim Holiday Consortium* sehingga para agen perjalanan benar-benar memahami program tersebut secara keseluruhan. Selain itu, untuk menarik minat calon wisatawan muslim sendiri, *Korea Tourism Organization* (KTO) juga melakukan promosi terkait program paket *Korea Muslim Holiday Consortium* melalui akun sosial media KTO, website resmi dan juga event-event yang diselenggarakan oleh *Korea Tourism Organization* seperti *Korean Festival*, *Korea Travel Fair* dan *Halal Restaurant Week* yang biasanya diadakan setiap tahun di Indonesia.

## **2. Dukungan Pemerintah Korea Selatan Terhadap Promosi Pariwisata Oleh Korea Tourism Organization (KTO)**

Aktivitas kedua yakni pemerintah Korea Selatan. Dari realisasi aktivitas pertama oleh *Korea Tourism Organization* (KTO) yang telah dijelaskan diatas, maka akan terealisasi aktivitas dukungan dari pemerintah

Korea Selatan kepada *Korea Tourism Organization* (KTO) dalam implementasi program paket *Korea Muslim Holiday Consortium* di Indonesia.

*Pertama*, inteligensi. Kegiatan dalam aktivitas ini diantaranya adalah mencari informasi tentang trend pariwisata halal, mengembangkan proyek terkait industri halal, memberikan fasilitas pendukung dan memenuhi kebutuhan perusahaan serta memberikan informasi terkait peraturan yang mempengaruhi kegiatan bisnis dan sebagainya. Dalam mendukung keberhasilan program paket *Korea Muslim Holiday Consortium*, pemerintah Korea Selatan berkontribusi mencari informasi terkait kebutuhan pokok wisatawan Muslim untuk mendukung implementasi program yang berupa kebijakan ramah muslim atau *Muslim friendly policy* yang dalam penerapannya juga bekerjasama dengan negara mayoritas Muslim seperti Indonesia untuk mencari tahu apa saja kebutuhan dasar wisatawan Muslim. Kebijakan ramah Muslim dibuat oleh pemerintah Korea Selatan dengan dibangunnya tempat-tempat ibadah bagi umat Muslim. Hal ini dimaksudkan untuk memberikan kesempatan kepada wisatawan Muslim Indonesia dalam memenuhi kebutuhan rohaninya.

Selain itu ekspor produk halal ke beberapa negara mayoritas muslim dengan disponsori oleh beberapa negara minoritas Muslim seperti Indonesia Malaysia dan UEA. Ekspor produk halal ke beberapa negara mayoritas Muslim dilakukan oleh pemerintah Korea Selatan dengan tujuan untuk menjaga dan meningkatkan pendapatan negaranya melalui ekspor makanan

halal, selain itu hal ini juga dilakukan dengan tujuan agar pemerintah Korea Selatan mengetahui bagaimana standarisasi sertifikasi halal yang sesuai dengan syariat Islam dibuktikan dengan diadakannya *Halal Expo* yang dihadiri oleh lembaga dan organisasi sertifikasi halal negara-negara mayoritas muslim. Serta sertifikasi makanan halal oleh *Korea Muslim Federation* (KMF) yang juga dibantu oleh MUI dalam penerapannya. Dari usaha-usaha pemerintah Korea Selatan tersebut peneliti melihat bahwasanya pemerintah serius dalam memberikan fasilitas dukungan melalui informasi-informasi seputar wisata halal.

**Kedua**, membangun jaringan bisnis dan hubungan masyarakat. Kegiatan dalam aktivitas ini diantaranya seperti memberikan pemahaman akan pentingnya program yang diadakan, membangun relasi bisnis terkait produk lokal dengan masyarakat setempat dan menghadiri forum-forum bisnis baik di *home* maupun *host country*. Pada aktivitas membangun jaringan bisnis, pemerintah Korea Selatan bekerjasama dengan *Korea Muslim Federation* (KMF) dalam memberikan sertifikasi makanan serta restaurant halal di Korea Selatan. Hal ini dikarenakan Korea Selatan menyadari, sebagai sebuah negara minoritas muslim menjadi suatu keharusan melakukan labelisasi halal untuk ikut serta mengambil andil dalam pasar halal internasional. Selain itu, untuk memberikan pelayanan terbaik bagi wisatawan muslim Indonesia dalam program paket Korea Muslim Holiday Consortium, pemerintah Korea Selatan juga mempercayai maskapai penerbangan Garuda

Indonesia sebagai maskapai penerbangan terpilih yang dibuktikan dengan penandatanganan nota kesepahaman antara kedua pihak yang diwakilkan oleh Presiden Korea Tourism Organization (KTO), JungChang So dan VP Marketing Garuda Indonesia, Selfie Dewiyanti penandatanganan nota kesepahaman ini dilakukan pada tahun 2016 di Auditorium Garuda City Center Jakarta.

**Gambar 4.6 Penandatanganan Nota Kesepahaman Korea Tourism Organization (KTO) dan Garuda Indonesia**



Sumber: Garuda Indonesia, April 2019 tersedia di <https://www.garuda-indonesia.com/id/id/news-and-events/garuda-indonesia-gandeng-korea-tourism-organization.page>

Namun pada aktivitas selanjutnya yakni hubungan masyarakat, peneliti melihat bahwa pemerintah Korea Selatan tidak merealisasikannya dengan baik. Pasalnya meskipun pemerintah Korea Selatan telah

meningkatkan fasilitas ramah Muslim namun masih banyak masyarakat Indonesia yang tidak mengetahui tentang wisata halal Korea Selatan dan banyak yang akhirnya memilih membeli paket wisata umum seperti yang dikatakan oleh Priyadi Abadi.<sup>57</sup> Pada event-event besar pemerintah Korea Selatan lebih banyak menampilkan gambaran pariwisata Korea Selatan secara umum daripada wisata halalnya, citra ramah Muslim hanya tergambarkan melalui beberapa adegan kecil dalam serial drama, hal ini juga menjadi salah satu penyebab ketidak tahuan masyarakat Indonesia tentang wisata halal Korea Selatan.<sup>58</sup>Selain itu, pemerintah Korea Selatan kurang dalam membangun relasi bisnis dengan masyarakat Indonesia, terlihat dari daftar restaurant halal di Korea Selatan yang berasal dari berbagai negara Muslim namun tidak satupun restaurant Indonesia yang merupakan negara tujuan diadakannya program paket *Korea Muslim Holiday Consortium* terdaftar dalam daftar restaurant halal tersebut. Ini menunjukkan bahwa pemerintah Korea Selatan kurang membangun hubungan dengan masyarakat Indonesia dalam memberikan pemahaman mengenai wisata halal Korea Selatan serta pengembangan relasi bisnis terkait produk halal lokal.

**Ketiga**, kontrak negosiasi. Kegiatan dalam aktivitas ini diantaranya seperti membentuk kesepakatan dengan *host county*, lembaga maupun

---

<sup>57</sup> Priyadi Abadi (Founder dan CEO Korea Muslim Holiday Consortium) dalam wawancara yang dilakukan peneliti pada tanggal 28 November 2018

<sup>58</sup> *Ibid*

masyarakat umum. Pada aktivitas kontrak negoisasi selain dilakukan pemerintah Korea Selatan dengan lembaga seperti *Korea Muslim Federation* (KMF) dan Garuda Indonesia seperti yang telah disebutkan sebelumnya, pada bagian awal penjelasan juga telah disebutkan bahwa pemerintah Korea Selatan dan pemerintah Indonesia memperkuat hubungan diplomatik di bidang pariwisata dengan *Memorandum of Understanding* (MoU) yang telah disepakati sejak tahun 2006. Hal ini menunjukkan keseriusan Korea Selatan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan asal Indonesia, yang mana Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk mayoritas muslim terbesar di dunia.

**Keempat**, penanganan masalah. Penanganan masalah ini dibutuhkan guna mengatasi permasalahan yang timbul, akan tetapi peneliti melihat pemerintah Korea Selatan kurang merealisasikan aktivitas tersebut dengan baik, meskipun telah banyak fasilitas diberikan guna memenuhi kebutuhan wisatawan Muslim. Hal ini dibuktikan dengan tidak adanya penanganan khusus dari pemerintah Korea Selatan terkait keluhan wisatawan Muslim mengenai kurangnya rumah potong yang layak di Korea Selatan. Hal ini sesuai dengan pernyataan Priyadi Abadi selaku Foudrer dan CEO program paket *Korea Muslim Holiday Consortium* yang menyatakan bahwa kurangnya rumah potong yang layak di Korea Selatan bahkan Kementerian Pertanian, Pangan dan Urusan Pedesaan juga membatalkan rencana untuk mendirikan

rumah pemotongan hewan halal dengan alasan permintaan rendah pada tahun 2017.<sup>59</sup> Selain itu, pemerintah juga tidak memberikan tindakan khusus terkait aksi protes yang dilakukan oleh organisasi Kristen konserfatif di Seoul pada tahun 2016 yang menolak seluruh kegiatan yang didanai oleh pemerintah pada kebijakan ramah muslim<sup>60</sup> dimana hal ini dapat menimbulkan dampak buruk pada keamanan dan keselamatan wisatawan Muslim Indonesia ketika berkunjung ke Korea Selatan. Ini menunjukkan bahwa pemerintah Korea Selatan tidak menyelesaikan permasalahan dan memberi jalan keluar terhadap permasalahan terkait kebijakan dan peraturan yang terjadi di *home* dan *host country*.

### **3. Hambatan Implementasi Program Paket Korea Muslim Holiday Consortium Di Indonesia Tahun 2015-2017**

Dari penjabaran analisis peneliti terkait dengan aktivitas-aktivitas dalam diplomasi komersial Evan Potter yang dilakukan oleh *Korea Tourism Organization* (KTO) dalam implementasi program paket *Korea Muslim Holiday Consortium*, serta dukungan yang diberikan oleh pemerintah Korea Selatan di atas, peneliti menemukan setidaknya terdapat 2 hambatan yang terjadi dalam implementasi program paket *Korea Muslim Holiday Consortium*. Berikut adalah tabel serta penjelasan kedua hambatan

---

<sup>59</sup> *Ibid*

<sup>60</sup> Priyadi Abadi (Founder dan CEO Korea Muslim Holiday Consortium) dalam wawancara yang dilakukan peneliti pada tanggal 23 November 2018



	<i>Problem Solving</i>	Menyediakan Aplikasi Halal dan Travel book app untuk wisatawan Muslim tetapi tidak memberikan solusi terkait keluhan wisatawan Muslim	✓	
--	------------------------	---	---	--

Sumber: Oleh peneliti, diolah dari berbagai sumber

Dilihat dari aktivitas pertama yakni *promotion on tourism* oleh *Korea Tourism Organization* (KTO), peneliti tidak menemukan adanya hambatan pada aktivitas tersebut. Hal ini dikarenakan, *Korea Tourism Organization* melakukan promosi pariwisata melalui kerja sama dengan agen perjalanan Indonesia yang tergabung dalam konsorsium, sehingga aktivitas pertama dapat terlaksana dengan baik.

Pada aktivitas kedua yakni dukungan pemerintah Korea Selatan terhadap promosi pariwisata oleh *Korea Tourism Organization* (KTO), peneliti tidak menemukan hambatan pada aktivitas *intelligence* dan *contract negotiator of implementation*. Dua aktivitas tersebut dipenuhi dengan baik oleh pemerintah Korea Selatan dengan bekerja sama dengan MUI dan negara mayoritas Muslim di dunia serta pemerintah Korea Selatan telah menandatangani MoU dengan Indonesia terkait hubungan diplomatik dalam bidang pariwisata pada tahun 2006. Namun, peneliti menemukan dua hambatan pada aktivitas

*networking & public relations* serta aktivitas *problem solving* dengan penjelasan sebagai beriku:

- a. Kurangnya upaya pemerintah Korea Selatan dalam membangun hubungan dengan masyarakat Indonesia mengenai pariwisata halal Korea Selatan dan pengembangan relasi bisnis produk lokal. Sehingga masyarakat kurang mengetahui tentang konsep pariwisata halal dan perkembangan industry halal Korea Selatan.
- b. Kurangnya upaya pemerintah Korea Selatan dalam memberikan penanganan dan menyelesaikan masalah yang terjadi di dalam negeri dan negara tujuan terkait segala sesuatu yang menyangkut kebijakan industri halal. Sehingga masalah-masalah yang timbul tidak mendapat jalan keluar dan tidak mendapat penyelesaian dari pemerintah Korea Selatan.
- c. Selain itu, peneliti berpendapat hambatan dalam implentasi program paket *Korea Muslim Holiday Consortium* ini terjadi dikarenakan kurangnya pengetahuan serta pengalaman *Korea Tourism Organization* (KTO) dan pemerintah Korea Selatan dalam dunia industri halal. Karena seperti yang kita ketahui, Korea Selatan bukan merupakan negara muslim. Sehingga untuk mengembangkan produk-produk halal dan memasuki pasar halal internasional, dibutuhkan tenaga khusus yang benar-benar mengetahui tentang kehalalan dalam syariat Islam. Pendapat peneliti tersebut, dikuatkan dengan struktur kepengurusan program paket *Korea Muslim*





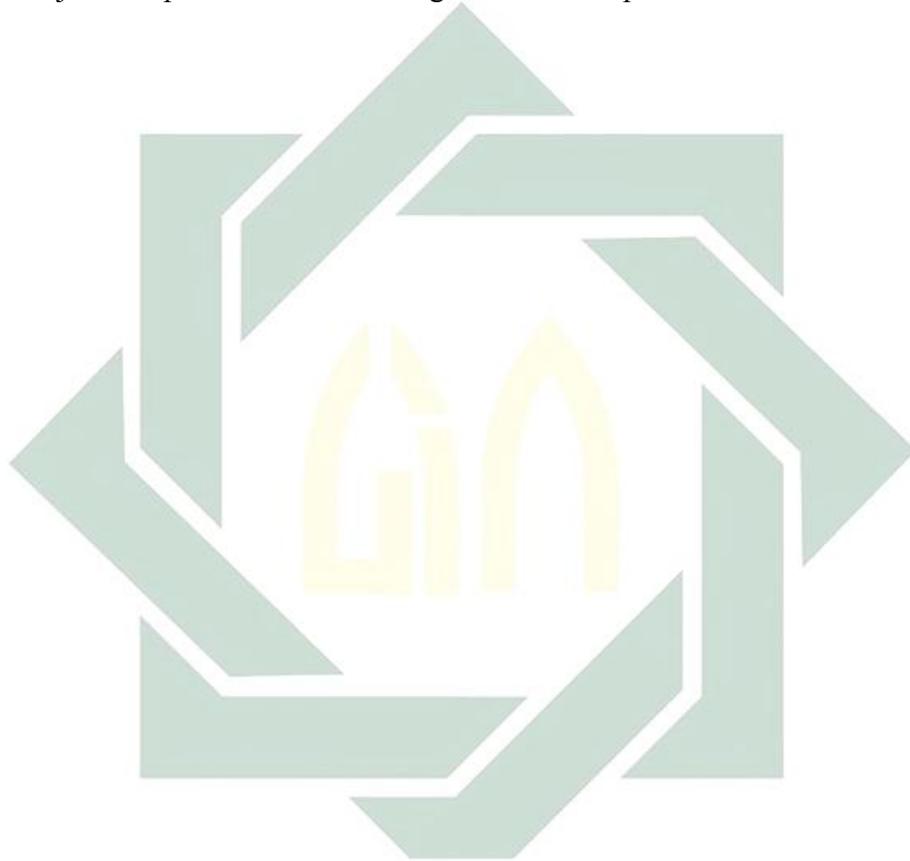
Dari hasil analisis tersebut, menunjukkan bahwa *Korea Tourism Organization* (KTO) belum sepenuhnya berhasil dalam memasuki pasar pariwisata halal Indonesia. Terlebih Korea Selatan sendiri bukan merupakan negara muslim dan memiliki latar belakang budaya yang berbeda dengan budaya Islam. Sehingga untuk memasuki pasar halal internasional khususnya pariwisata halal, dibutuhkan pemahaman serta tenaga ahli yang benar-bener mengerti tentang konsep halal dalam Islam.

#### **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian di atas, peneliti berharap agar hambatan dalam implementasi program paket *Korea Muslim Holiday Consortium* dapat diatasi dengan baik sesuai aktivitas-aktivitas diplomasi komersil dari Evan Potter dengan memenuhi aktivitas yang belum terlaksanakan. Terlepas itu, peneliti berharap masyarakat Indonesia semakin mengetahui tentang pariwisata halal Korea Selatan, sehingga masyarakat yang lebih memilih program paket wisata halal dapat memenuhi kebutuhan rohaninya tanpa merasa khawatir selama berwisata ke Korea Selatan.

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan dan pengalaman peneliti mulai dari awal proses penelitian hingga pada tahap akhir membuat kesimpulan di mana sangat banyak hambatan dan rintangan yang dilalui sehingga menguji kesabaran dan keikhlasan peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini. Oleh karenanya, peneliti menyarankan agar peneliti selanjutnya

lebih berhati-hati dalam mencari data dan selektif dalam mengumpulkan data. Selain itu juga dibutuhkan keseriusan dan konsistensi agar penelitian yang dikerjakan cepat terselesaikan dengan baik dan tepat.





- KBBI Online tersedia di <https://kbbi.web.id/konsorsium> diakses pada 28 Maret 2019
- Kementrian Luar Negeri. "KBRI Seoul- Hubungan Bilateral". Diakses 22 Agustus 2018. <http://www.kemlu.go.id/seoul/id/Pages/Hubungan-Bilateral.aspx>.
- Korea Muslim Federation. "Logo Halal Korea Muslim Federation" diakses 22 Desember 2018 tersedia di <https://www.halalverified.com/Halnet/Details/69>
- Korea Tourism Organization. "Halal Restaurant Week". Diakses 15 Desember, 2018. <http://www.visitkorea.or.id/akudankorea/k-events/halal-restaurant-week-korea>
- Korea Tourism Organization. "Muslim Friendly". Diakses 15 Desember 2018. [http://english.visitkorea.or.kr/e\\_book/ecatalog.jsp?Dir=548&catimage=&eclang=english](http://english.visitkorea.or.kr/e_book/ecatalog.jsp?Dir=548&catimage=&eclang=english)
- Halal, Korea. "Halal Market Size". Diakses 3 Maret 2019. <http://www.koreahalal.kr/sub/a2.asp?ChnVal=eng>.
- Yes! Halal. "Halal Status in South Korea". Diakses 20 Desember 2018. <https://www.yeshalal.co.kr/halal-status-in-korea-eng>.

### **Jurnal**

- Agustiono. *Implementasi Kebijakan Publik Model Van Meter dan Van Horn*. diakses melalui <http://kertyawitaradya.wordpress> pada 15 September 2018.
- Haedar, Akib dan Antonius Tarigan. *Artikulasi Konsep Implementasi Kebijakan: Perspektif, Model dan Kriteria Pengukurannya*, Jurnal Baca, Volume 1 Agustus 2008. (Universitas Pepabari Makassar, 2008)
- Nurika, Rizki Rahmadini Nurika. *Peran Diplomasi Komersial Dalam Pengembangan Industri Smelter Bauksit di Indonesia*, Thesisi, (Universitas Gadjah Mada, 2015)

