



Nama Formulir:

**Lembar
Pengesahan
Karya Ilmiah**

No.

Dikosongkan *(diisi admin
prodi)

Issue/Revisi

1

Tgl Berlaku

-

Halaman

1

Yang bertanda tangan di bawah ini:

1. Nama Lengkap	Siska Mumsika Turahmah
Jabatan	Mahasiswa
Program Studi	Magister Hubungan Internasional
NIP	219131092

Telah melakukan penelaahan karya ilmiah berjudul:

Kerjasama Korea Selatan dengan Indonesia dalam Pengembangan Pariwisata Halal
selama Pandemi Covid pada tahun 2019 – 2023.

Dan menyatakan bahwa karya ilmiah tersebut sudah memenuhi kaidah penulisan ilmiah dan oleh karenanya layak diajukan untuk keperluan unggah karya ilmiah di Universitas Paramadina, atas nama:

Nama Lengkap	Siska Mumsika Turahmah
Jenjang	S2
Program Studi	Magister Hubungan Internasional
NIM	219131092

Demikian hasil penelaahan atas karya ilmiah ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Jakarta, 13/04/2023

Penelaah,

Dr. Ahmad Khoirul Umam

NIP: 218010320

Kerjasama Korea Selatan dengan Indonesia dalam Pengembangan Pariwisata Halal selama Pandemi Covid pada tahun 2019 – 2023

Penulis: Siska Mumsika Turahmah, Universitas Paramadina - Indonesia

Abstrak

Korea Selatan sebagai suatu negara yang Non-Muslim. Namun hal tersebut tidak menghalangi Pemerintah Korea Selatan untuk menerapkan Pariwisata Halal karena dapat menarik wisatawan dari berbagai negara termasuk dari negara yang dikenal dengan Mayoritas Muslim yakni Indonesia. Kerjasama Korea Selatan dan Indonesia terus di tingkatkan seiring dengan meningkatnya jumlah Wisatawan dari Indonesia setiap tahunnya. Kerjasama tersebut tidak hanya melibatkan antar pemerintah namun juga melibatkan berbagai lembaga/Institusi dan Agen Pariwisata. Tulisan ini akan menjelaskan tentang Kerjasama Korea Selatan dengan Indonesia dalam Pengembangan Pariwisata Halal selama Pandemi Covid pada tahun 2019 – 2023. Penelitian ini akan menggunakan data kualitatif yang dikumpulkan melalui sumber-sumber pustaka. Hasilnya penelitian ini menunjukkan bahwa meski pandemi Covid 19 dialami oleh Korea Selatan pada tahun 2020 tidak mengurangi kerjasama antara Korea Selatan dan Indonesia. Keduanya semakin mempererat hubungan dalam mempromosikan Pariwisata Halal.

Kata Kunci: Pariwisata Halal, Kepentingan Nasional, Kerjasama Korea Selatan dan Indonesia

Abstract

South Korea as a non-Muslim country. However, this does not prevent the South Korean Government from implementing Halal Tourism because it can attract tourists from various countries, including from countries known as Muslim Majority, namely Indonesia. Cooperation between South Korea and Indonesia continues to be improved along with the increasing number of tourists from Indonesia every year. This cooperation does not only involve between governments but also involves various agencies/institutions and tourism agents. This paper will explain the Cooperation between South Korea and Indonesia in the Development of Halal Tourism during the Covid Pandemic in 2019 – 2023. This research will use qualitative data collected through literary sources. The results of this study show that even though the Covid 19 pandemic

was experienced by South Korea in 2020 it did not reduce cooperation between South Korea and Indonesia. The two of them have strengthened their relationship in promoting Halal Tourism.

Keywords: Halal Tourism, National Interest, South Korea – Indonesia Cooperation

Latar Belakang

Korea Selatan merupakan negara dikenal dengan penduduk yang mayoritas non-Muslim. Dengan semakin kompleksnya komunikasi internasional menjadi penting bagi Korea Selatan dalam membangun hubungan baik dengan negara lain. Hal demikian mendorong Pemerintah Korea Selatan membuat kampanye bertemakan *Muslim Friendly* sebagai suatu strategi untuk menarik pengunjung atau wisatawan Muslim mengunjungi Korea Selatan. Selain terkenal dengan fenomena *Hallyu*, kemajuan Korea Selatan semakin berkembang dengan pengembangan pada Konsep Pariwisata Halal. Pariwisata halal sebagai destinasi yang memberikan berbagai fasilitas ramah Muslim dan memberikan kenyamanan pada masyarakat Muslim saat berkunjung ke Korea Selatan. Industri Pariwisata Halal menjadi industri yang semakin kompetitif dan banyak negara non-Muslim yang turut mencetuskan Pariwisata Halal seperti Amerika Serikat maupun Jepang. Hal demikian tidak dapat dilepaskan dari perkembangan masyarakat Muslim yang di perkirakan dapat mencapai 2,8 miliar pada tahun 2050 dan di perkirakan akan terus meningkat.¹ Untuk itu Pemerintah Korea Selatan melihat pengembangan pada Pariwisata Halal sebagai suatu peluang dan kesempatan juga untuk dapat mengeksport produk – produk Korea Selatan ke negara – negara Muslim. Di negara – negara Islam Korea Selatan tidak cukup banyak memiliki pasal halal Domestik. Untuk itu sebagai suatu negara manufaktur ke enam di dunia. Kebijakan pertumbuhan telah menempatkan Korea Selatan pada ekspor.

Industri halal kemudian telah diakui sebagai suatu industri yang dapat menghasilkan produk untuk di ekspor ke negara Islam. Sehingga sejak tahun 2015 Pemerintah Korea Selatan terus mendorong perkembangan industri halal Korea Selatan. Sejak tahun 2019 Federasi Muslim Korea memperkirakan terdapat sekitar 200.000 Muslim tinggal di Korea. Selain itu 100.000 turis Muslim mengunjungi Korea sebelum penyebaran Covid 19 yang melanda Korea Selatan, karena Korea

¹ Al Ansi, A., & Han, H. 2019. Role of Halal-Friendly Destination Performance, Value, satisfaction and trust in generating destination Image and Loyalty. *Journal of Destination Marketing and Management*, Hal. 51-60

Selatan sudah sejak dahulu terkenal dengan populernya K-Drama dan K-Pop di kalangan Muslim di dunia. Dengan ini pertumbuhan Korea Selatan dengan mengadopsi Pariwisata Halal, seperti labeling pada banyak produk “Halal” dan terus mempromosikan Korea Selatan sebagai tujuan yang ramah Muslim. Indeks Perjalanan Muslim Global tahun 2019 menempatkan Korea sebagai sepuluh besar negara tujuan ramah Muslim.

Pemerintah Korea Selatan menyadari bahwa pertumbuhan wisatawan muslim banyak datang dari beberapa negara seperti Arab Saudi, Singapura, Malaysia dan juga khususnya dari Indonesia yang terkenal sebagai negara dengan mayoritas Muslim. Ini menjadi kesempatan baru Pemerintah Korea Selatan untuk dapat saling bekerjasama mengembangkan Pariwisata ramah Muslim guna meningkatkan Wisatawan Muslim untuk dapat berkunjung ke Korea Selatan. Hal tersebut dilakukan Korea Selatan dengan strategi *soft diplomacy* sebagai bentuk komunikasi dan dalam bentuk diplomasi publik guna mencapai kepentingan nasional dan membangun pemahaman informasi dan mempengaruhi wisatawan Muslim berkunjung ke Korea Selatan. Pengembangan Pariwisata halal di Korea Selatan seperti dengan Indonesia.

Hubungan Kerjasama antara Korea Selatan dan Indonesia sudah terjalin sejak tahun 1973 dan tingkat konsulat telah dimulai sejak tahun 1966. Hubungan kedua negara tersebut terus dikembangkan baik dalam bidang pertahanan, hubungan luar negeri, perdagangan bilateral, pembangunan infrastruktur, people to people exchanges dan kerja sama regional dan global. Keduanya juga bersepakat untuk tetap berfokus memfasilitasi investasi di bidang seperti *Content Industry*, Energi ramah lingkungan, Kesehatan dan jasa Pelayanan Medis, teknologi informasi dan termasuk dalam Pariwisata.

Pada tahun 2020 tercatat sebagai suatu bencana bagi Korea Selatan. Dimana Korea melaporkan kasus COVID19 pertamanya pada 20 Januari 2020 dan mengalami peningkatan 30 pasien per bulan yang sebagian besar merupakan kasus impor (17 pasien) atau kontak dekat (13 pasien). Pada 23 Februari, Peringatan risiko penyakit menular dinaikkan ke level 4 tertinggi dan jarak sosial ukuran diperkenalkan (Kementerian Kesehatan dan Kesejahteraan, 2020). Akibat penyebaran Covid19 tersebut sebagian besar penerbangan internasional dihentikan mulai Januari karena deteksi dini, Kasus COVID19 di Korea. Pengunjung asing turun dari 1,5 juta pada Desember 2019 menjadi hanya 61.000 pada Juli 2020 (Organisasi Pariwisata Korea, 2020). Pada akhir Februari, lima belas negara larangan perjalanan terbatas untuk pelancong nasional Korea dari Korea Selatan, tetapi Eropa dan Amerika Serikat baru saja menaikkan peringatan perjalanan (KBS WORLD

Radio, 2020). Disamping itu Menurut Korea Tourism Organization, jumlah wisatawan jumlah wisatawan Muslim yang berkunjung ke Korea Selatan diperkirakan akan mencapai sekitar 1.3 juta wisatawan pada tahun 2020. Selain itu, dampak ekonomi dari wisatawan muslim yang masuk ke Korea Selatan diperkirakan sebesar 40 miliar dollar (produksi) dan 20 miliar dolar (nilai tambah). Diharapkan juga sektor pariwisata yang baru muncul ini akan menghasilkan lebih dari 80 ribu pekerjaan yang secara langsung atau tidak langsung terkait dengan wisata halal di Korea Selatan (Han, 2018).² Pertumbuhan wisatawan Muslim adalah segmen muncul baru dalam sektor perjalanan, yang akan mempengaruhi industri pariwisata global.

Pariwisata menjadi salah satu sektor yang berdampak akibat Pandemi Covid19 yang tidak hanya terjadi di Korea Selatan namun juga seluruh negara di dunia. Akibat Covid19 ini juga sebagai inisiasi adanya pembatasan perjalanan internasional dan domestik. Keterpurukan akibat Covid19 tidak dapat terlepas sebab pada sektor Pariwisata ini menjadi sangat tergantung sebagai interaksi dan mobilitas manusia. Selama Pandemi Covid19 Pemerintah Korea selatan dan para pelaku industri ramah Muslim bersama-sama melakukan penguatan kapasitas dan tetap mempromosikan Pariwisata Halal Korea Selatan. Keduanya juga melakukan penguatan kapasitas pada mutu produk untuk tetap mendukung pemenuhan kebutuhan Pariwisata Ramah Muslim.

Korean Tourism Organization (KTO) mengatakan bahwa selama masa Pandemi Covid19 jumlah wisatawan yang berkunjung ke Korea Selatan menurun drastis termasuk wisatawan dari Indonesia. Namun melalui KTO tidak menurunkan tindakan untuk terus mempromosikan Pariwisata halal Korea Selatan di Indonesia. Korea Selatan mempromosikan Pariwisata Halal melalui platform daring atau online seperti menyelenggarakan Muslim Friendly Korea Online Festival melalui live instagram KTO. Festival virtual ini akan dilaksanakan selama tiga hari mulai dari 16-18 Oktober 2020. Direktur KTO, Llyod JS Byun dalam live Instagramnya mengatakan bahwa Korea Selatan akan terus memaksimalkan festival Muslim, sebab Korea Selatan selalu menginginkan wisatawan Indonesia untuk dapat menegunjungi Korea.³ Perkembangan industri Pariwisata Korea terus meningkat tidak terlepas dari Peran Pemerintah Korea Selatan untuk terus mengupayakan promosi Pariwisata halal Korea Selatan di tengah Pandemi Covid19.

² Eka Dewi Satriana, Hayyun Durrotul Faridah, 2018, Wisata Halal:Perkembangan, Peluang dan Tantangan, Journal of Halal Product and Research (JHPR) Vol. 01 No. 02:32-43

³ Alfadillah, 2020, Kenalkan Wisata Halal, Korsel ajak Muslim Indonesia Liburan Virtual, sumber Kumparan Travel <https://kumparan.com/kumparantravel/kenalkan-wisata-halal-korsel-ajak-turis-muslim-indonesia-liburan-virtual-1uP1qhQ8OgE/full> diakses pada 29 Maret 2023

Untuk itu berdasarkan latar belakang diatas, penelitian ini akan mengkaji lebih dalam mengenai Kerjasama Korea Selatan dengan Indonesia dalam Pengembangan Pariwisata Halal selama Pandemi Covid pada tahun 2020 – 2023.

Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini, penulis akan memakai konsep dan teori Globalisasi dan Liberalisme guna menganalisis Pariwisata Halal di Korea Selatan Selama Pandemi Covid19 (2020 -2021)” dengan menggunakan Strategi Diplomasi Korea Selatan untuk mempertahankan kinerja pariwisata halal selama masa pandemi Covid19 2020 – 2022 dan menjalin kerjasama dengan Indonesia.

Menurut George Ritzer Globalisasi berasal dari kata Grow yakni pertumbuhan, dimana fenomena globalisasi tidak saja dilihat sebagai fenomena yang membawa perubahan dalam bidang ekonomi dalam bentuk kapitalisme global, sosial, politik dan namun juga budaya. Globalisasi menekankan heterogenitas yang dilihat sebagai suatu yang beragam dan bebas tanpa dibatasi. Globalisasi pada dasarnya melibatkan pada penyebaran yang lebih luas dari barang maupun jasa yang tidak terhitung banyaknya.⁴ Fenomena globalisasi tidak dilihat sebagai serangkaian proses yang kompleks bukan sebagai fenomena tunggal namun mencakup sejumlah proses transnasional yang jangkauannya dapat secara global. Dampak dari Globalisasi tidak hanya membuat bangsa kehilangan sebagian kekuatan ekonominya namun globalisasi dapat mendorong tekanan – tekanan baru bagi otonom lokal, dimana dapat melibatkan pasar kapitalis dan aliran komoditas, kapital, teknologi, ide-ide bentuk kultur dan penduduk yang melewati batas – batas nasional jaringan masyarakat global.

Menurut Winarno untuk mendefinisikan globalisasi terdapat tiga hal yakni globalisasi sebagai kesalingketerhubungan, integrasi dan saling keterkaitan. Winarno juga mengutip pernyataan Logde (1991) bahwa globalisasi dicirikan sebagai suatu peningkatan konsentrasi dan monopoli sumber daya dan kekuatan ekonomi oleh perusahaan transnasional atau multinasional. Globalisasi dicirikan dengan adanya suatu kebijakan atau mekanisme pembuatan kebijakan nasional. Kebijakan nasional tersebut baik dalam bidang social, ekonomi, teknologi maupun budaya.⁵ Sebagaimana yang dilakukan oleh Korea Selatan memanfaatkan globalisasi untuk menguatkan nilai-nilai budayanya dan produk budayanya kepada masyarakat internasional yang

⁴ George Ritzer, 2007, *The Globalization of Nothing*, University of Maryland:SAIS Review Vol. XXIII No. 2 : 189-200

⁵ Winarno, Budi, 2004, *Globalisasi Wujud Imperialisme Baru*, Peran Negara dalam Pembangunan, Yogyakarta:Tajidu Press, hal. 39 -43

dapat menarik investasi dan memperluas jaringan pasar pariwisatanya dengan menerapkan konsep Pariwisata Halal.

Dalam era globalisasi mendorong Negara untuk terus berkembang dan mencari cara untuk terus bertahan meski pandemi Covid19 telah melanda seluruh dunia. Untuk itu perlu di bentuk kesadaran setiap Negara memiliki perekonomian yang berbeda. Dengan menerapkan pasar bebas menjadi tindakan yang dapat menguntungkan Negara guna menghadapi persaingan global dan memulihkan kembali perekonomian pasca Covid19. Pada konteks Korea Selatan Globalisasi menjadi peran penting untuk penyebaran *Hallyu* Korea Selatan karena dapat menarik dan mempengaruhi masyarakat global, yang mana melibatkan banyak orang secara heterogen tetapi memiliki kebutuhan yang sama. Terlebih dalam era globalisasi semakin memperkuat komunikasi dan memudahkan interaksi, tidak terbatasnya pertukaran informasi dan keterbukaan. Hal demikian membantu Korea Selatan untuk memasarkan *Hallyu* ke berbagai belahan dunia, kini menggunakan konsep baru Korea Selatan mempromosikan Pariwisata dengan labeling melalui konsep di bidang pariwisata Halal atau dikenal Pariwisata Ramah Muslim (Muslim Friendly Korea).

Dalam ekonomi pasar bebas suatu negara salah satu perspektif yang memiliki pengaruh besar dalam Ilmu Hubungan Internasional dan tidak terlepas dari kepentingan nasional. Sebagaimana dalam konsep kepentingan nasional menurut Hans J. Morgenthau bahwa suatu kemampuan minimum negara untuk dapat mempertahankan identitas fisik, politik dan juga kultur dari gangguan negara lain. Dari tinjauan para pemimpin negara menurunkan kebijakan spesifik terhadap negara lain baik itu berupa konflik maupun dengan kerja sama. Menurut Jack C. Plano dan Roy Olton (1982) kepentingan nasional sebagai tujuan mendasar serta faktor yang paling penting untuk dapat menentukan yang memandu para pembuat keputusan dalam merumuskan politik luar negerinya. Dalam arti kepentingan nasional sebagai tujuan yang ingin dicapai sehubungan dengan kebutuhan bangsa/negara atau sehubungan dengan hal yang dicita-citakan. Kepentingan nasional sebagai kebutuhan dan keinginan dari suatu negara yang berdaulat dalam berhubungan dengan negara berdaulat lainnya yang merupakan lingkungan dari eksternalnya. Berdasarkan perspektif realis beranggapan bahwa negara sebagai aktor utama dalam politik internasional. Negara merupakan aktor rasional dimana kebijakan luar negeri diambil berdasarkan kepentingan dan tujuan nasional (Viotti, Paul R dan Mark V. Kauppi, 1999:55). Sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam perspektif realis kebijakan luar negeri sebagai refleksi dan tujuan

nasional.⁶ Kepentingan nasional sebagai unsur kebutuhan yang sangat penting bagi negara unsur tersebut mencakup pada kelangsungan hidup bangsa dan negara, kemandirian, keutuhan wilayah, kemerdekaan, keamanan militer dan kesejahteraan ekonomi. Setiap negara dalam kepentingan nasionalnya adalah dengan adanya kebebasan, kemerdekaan, keadilan, kemakmuran, kesejahteraan, keterlibatan, kebahagiaan serta keamanan. Hal demikian dapat dicapai tergantung pada seberapa pentingnya sasaran tersebut bagi suatu negara. Kepentingan nasional ini akan dirumuskan melalui berbagai pertimbangan kapabilitas negara yang kemudian tercapai dengan kekuasaan. Kekuasaan dalam hal ini memainkan peranan penting dalam menjalankan strategi terhadap pencapaian suatu kepentingan nasional. Untuk itu para pembuat keputusan harus pandai dalam membaca dan mengidentifikasi peluang maupun kendala yang ada untuk memaksimalkan peluang di tengah persaingan global yang semakin ketat dibarengi dengan meminimalisasi kendala-kendala yang ada maupun yang akan terjadi (Triwahyuni 2013:6). Dalam konteks Korea Selatan, ditengah globalisasi dimana dalam sektor Pariwisata yang kompetitif. Pariwisata halal sudah banyak di implementasikan di negara non-Muslim.

Pemerintah Korea Selatan melihat peluang terhadap potensi yang ditawarkan dari Pariwisata Halal. Dengan meningkatnya minat wisatawan mengunjungi Korea Selatan dan potensi dari dunia muslim, Pemerintah Korea Selatan meletakkan perhatian dan berupaya untuk dapat memfasilitasi kebutuhan wisatawan Muslim seperti restoran halal, tempat beribadah untuk wisatawan Muslim, Pusat informasi Islam pada tempat-tempat wisata serta produk ramah Muslim lainnya. Sebagaimana dikenal Korea Selatan sebagai negara Non-Muslim dimana mayoritas dari penduduknya adalah beragama Budha dan Kristen, namun Korea Selatan merupakan negara yang memberikan hak kebebasan dalam menganut agama apapun bagi semua penduduknya. Dewasa ini toleransi antar umat beragama di Korea Selatan semakin tinggi seiring dengan berkembangnya Pariwisata Halal khususnya meningkatnya wisawatawan Muslim.

Korea Selatan dalam menerapkan kebijakan Muslim Friendly atau Pariwisata Halal Korea Selatan dituntut untuk dapat mempelajari dan memperhatikan secara mendalam kebutuhan para wisatawan Muslim. Hal demikian tidak dapat berdiri sendiri tanpa bantuan dan kerjasama maupun dukungan dari para pelaku industri, Lembaga/Institusi maupun hubungannya dengan negara lain dalam bentuk kerjasama. Fakta mengenai tingginya prospek industri Pariwisata halal dapat dilihat

⁶ Viotti, Paul R. dan Mark V. Kauppo, 1999. *International Relations Theory:Realism, Pluralism, Globalism and Beyond*, United States of America:Macmillan Publishing, hal. 55

dari jumlah populasi Muslim di dunia, jumlah wisatawan Muslim bahwa diperkirakan dapat mencapai 1,3 juta Wisatawan yang akan berkunjung ke Korea Selatan pada tahun 2020. Peningkatan wisatawan Muslim dari mancanegara yang berkunjung ke Korea Selatan terus meningkat seperti dari negara Malaysia maupun Indonesia. Untuk itu jalinan kerjasama internasional menjadi perhatian penting Pemerintah Korea Selatan khususnya kerjasama dengan Pemerintah Indonesia.

Menurut Jackson and Sorensen dari perspektif kaum liberalis, suatu negara dalam memenuhi kepentingan nasionalnya yakni cenderung melalui proses kerjasama. Kerjasama tidak dapat terjadi apabila suatu negara dapat mencapai tujuannya sendiri. Kerjasama antar negara juga dapat didorong dari adanya harmoni kepentingan. Meskipun kepentingan masing-masing negara berbeda, namun satu sama lain dapat memenuhi kebutuhan yang tidak dapat dipenuhi sendiri. Untuk itu negara kemudian terdorong untuk melakukan kerjasama. Menurut Vinsensio Dugis Kerjasama merupakan hasil dari sifat asli manusia yang dianggap oleh para kaum liberalis cenderung baik.⁷

Menurut Teuku May Rudy dalam buku Studi Strategis, dalam transformasi sistem internasional Pasca Perang Dingin mengatakan bahwa dalam membentuk suatu kerjasama bilateral setiap negara memiliki tujuannya masing-masing. Untuk itu setiap negara dapat merumuskan sebuah kebijakan yang menyangkut dengan kepentingan negara tersebut (Rudy, 2002:125). Sebagaimana yang dilakukan Korea Selatan, Pemerintah Korea Selatan memang secara tidak langsung mengeluarkan aturan resmi tentang kebijakan pariwisata halal, namun aturan tersebut diterbitkan melalui departemennya.⁸ Namun untuk menarik wisatawan Muslim dalam hal promosi Korea Selatan merumuskan kebijakan Pariwisata Halal dibantu oleh *Korea Tourism Organization* (KTO) yang merupakan organisasi nasional pariwisata yang didukung oleh pemerintah dan memiliki tanggung jawab terhadap industri pariwisata Korea Selatan dan juga bekerjasama dengan Kementerian Pariwisata, Kebudayaan dan Olahraga. KTO juga bekerjasama dengan banyak pihak seperti Kedutaan Besar Republik Korea, *Korean Cultural Center* (KCC) yang merupakan pusat kebudayaan Korea Selatan dan agen perjalanan seperti Tiket.com dan Traveloka.

Permintaan pasar wisatawan Muslim terus berkembang di Korea Selatan. Pariwisata halal Korea Selatan dapat menyumbang setidaknya 5,3% pada pemasukan negara. Korea Selatan sendiri

⁷ Vinsensio Dugis, 2016, Teori Hubungan Internasional: Perspektif – perspektif Klasik, Surabaya: Cakra Studi Global Strategis, hal. 62

⁸ Ajeng Puspa Marlinda, et.al., 2021, *South Korea Halal Tourism Policy- The Primary of Demographic Changes and Regional Diplomacy*, Academic Journal of Interdisciplinary Studies 10 (3):253

telah banyak memiliki web pemesanan travel disetiap negara termasuk di Indonesia yang mayoritas Muslim. Adapun dalam website Korea Tourism Organization Indonesia juga banyak menyajikan pilihan destinasi wisata Ramah Muslim di Korea Selatan, Menu untuk wisatawan Muslim yang dikenal Menu Muslim Friendly yang memberikan informasi mengenai kuliner, tempat penginapan, dan destinasi berbasis Muslim Friendly Korea Selatan. Oleh karena itu Kerjasama antar Korea Selatan dan Indonesia terus ditingkatkan bahkan Kepala Divisi Pariwisata Internasional KTO, Korea Selatan menargetkan 20 juta wisatawan asing di tahun 2020 termasuk wisatawan dari Indonesia yang memiliki tren kunjungan positif dari tahun ke tahun dan terus meningkat.

Metode Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode Kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif analisis dan teknik pengumpulan data sekunder yang diperoleh dari studi pustaka, artikel, sumber buku dan jurnal, berita serta data-data yang berkaitan dengan penelitian Pariwisata Halal Korea Selatan. Penelitian kualitatif bertujuan untuk dapat meningkatkan pemahaman tentang fenomena, aktifitas-aktifitas dan proses-proses sosial.

Hasil dan Pembahasan

Pada tahun 2020 – 2021 merupakan masa tahun yang penuh tantangan bagi Korea Selatan, tepatnya pada 20 Januari 2020 Korea Selatan mengkonfirmasi kasus pertama Covid19 yang juga turut melanda seluruh dunia. Kasus tersebut terus melonjak hingga akhir Februari 2020 sampai dengan pertengahan November 2020. Kasus Covid19 pada umumnya berdampak pada mereka yang berusia 20 an dengan tingkat kematian sekitar 1,67% dan mereka yang berusia lansia sebesar 80an sebesar 19,45%. Merebaknya Covid19 di Korea Selatan demikian telah menyebabkan banyak perubahan pada aspek ekonomi, industri, pasar tenaga kerja, kegiatan rekreasi dan budaya termasuk juga Pariwisata.⁹ Munculnya Pandemi Covid19 membawa krisis yang belum pernah terjadi sebelumnya di Industri Pariwisata Korea Selatan, sebab virus tersebut mempengaruhi perjalanan internasional. Tidak saja terhadap wisatawan dari luar Korea Selatan namun juga berasal dari Korea Selatan.

⁹ Henri Wallard, Yves Bardon, 2021, *South Korea 2021 Leading the Way: Resilience, Perspective & Innovations*, South Korea: IPSOS FLAIR Collection, Hal. 24 sumber <https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/publication/documents/2021-04/ipsosflair-SouthKorea-eng.pdf>

Pada tahun 2020 terdapat sekitar 4,27 juta orang Korea Selatan melakukan perjalanan internasional turun menjadi 85,1%. Selain itu pada 2021 Neraca Pariwisata Korea Selatan mengalami penurunan sekitar -3,57 miliar dolar AS atau sekitar 10,28 miliar dolar AS, yang turun sekitar -3,18 miliar dolar AS dari tahun 2020.¹⁰ Tahun 2021 jumlah Kunjungan wisatawan Korea Selatan juga mengalami penurunan yakni sekitar 967 ribu pengunjung masuk. Sebelum terkonfirmasi penyebaran Covid19 Pariwisata negara tersebut terus tumbuh dan diuntungkan dari Fenomena *Hallyu* atau Korean Wave dan sebagian besar wisatawan berasal dari Tiongkok.

Wisatawan Muslim yang mengunjungi Korea Selatan juga di perkirakan akan mencapai 1 Juta pada tahun 2017 dan diperkirakan meningkat sekitar 1,3 juta pada tahun 2020. Dengan berkembangnya sektor Pariwisata demikian diharapkan akan menghasilkan lebih dari 80.000 pekerjaan yang secara langsung atau tidak langsung terkait dengan Pariwisata Islam di Korea Selatan. Namun di tengah mengalami Pandemi Covid Pemerintah Korea Selatan mengalihkan strategi melalui *Korea Tourism Organization* pemasaran Pariwisata dilakukan secara online dengan mengembangkan *Hallyu* tersebut yang diharapkan dapat meningkatkan citra negara.

Pemerintah Korea Selatan juga tidak melakukan penguncian total terhadap pasar lalu lintas pariwisata sehingga selama masa Covid19 Korea Selatan menjadi salah satu pasar atau tujuan pertama yang dapat di akses wisatawan salah satunya wisatawan yang berasal dari Amerika Serikat.¹¹ Pemerintah Korea Selatan menerapkan konsep kebijakan Halal Pariwisata. Korea di kenal sebagai negara dengan mayoritas non-Muslim. Namun hal ini tidak menghalangi Pemerintah Korea Selatan menerapkan kebijakan Pariwisata yang ramah Muslim atau “Pariwisata Halal.”

Pariwisata Halal merupakan model baru kebijakan Korea Selatan sebagai negara non Muslim, Halal yang berasal dari Bahasa Arab yakni Halla, Yahilu, Hilla, Wahalalan yang berarti yang berarti di bolehkan sesuai hokum Islam. Pariwisata Halal juga diartikan bahwa semua destinasi atau sebagai suatu tindakan yang di izinkan serta yang terlibat dalam industri berdasarkan ajaran Islam.¹² Kebijakan Pariwisata Halal dilakukan dalam beberapa bentuk salah satunya yakni Peluncuran Buku Panduan Wisata Halal pada tahun 2014, pemberian aturan bagi restoran dan

¹⁰ Statistica Research Departement, 2022, *South Korea's Tourism Industry – Statistics & Facts*, <https://www.statista.com/topics/4810/travel-and-tourism-industry-in-south-korea/#dossierKeyfigures> diakses pada 26 Februari 2022

¹¹ Jessica Son, 2021, This is a best Prospect Industry Sector for this Country. Include a Market Overview and trade data, International Trade of Administration <https://www.trade.gov/country-commercial-guides/south-korea-travel-and-tourism> diakses 26 Februari 2022

¹² Battour M., & Ismail, M.N., 2016, *Halal Tourism: Concepts, Practises, Challenges and Future. Tourism Management Perspectives*, 19:150-154 <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015>

kerjasama dengan negara-negara Islam. Meski Pemerintah Korea Selatan tidak mengumumkan secara resmi terkait kebijakan halal namun aturan tentang kebijakan pariwisata halal diumumkan melalui Departemennya. Untuk itu Wisata Halal pertama kali dikenal dan di implementasikan pemerintah pada tahun 2015.

Melalui *Korea Tourism Organization* (KTO), Korea Selatan menerbitkan buku panduan makanan halal yang cocok untuk wisatawan Muslim. Perkembangan Pariwisata Halal di Korea Selatan demikian dapat terlihat dari berkembangnya restoran Halal. Kondisi tersebut ditandai dengan di luncurkannya buku tentang 252 Restoran Ramah Muslim oleh *Korea Tourism Organization* (KTO), selain itu juga adanya keberadaan hotel Syariah, pasar halal, street food dan kosmetik halal. Adanya peningkatan fasilitas umum seperti masjid, Islamic Center di kota-kota Korea selatan seperti Seoul, Gyeonggi (Incheon), Gangwon. Gyeongsang (Daegu, Ulsan, Busan), Chungcheong (Daejeon), Jeolla dan Jeju. *Korea Tourism Organization* juga mengeluarkan buku berjudul *Muslim Friendly Routes in Korea* dan membuat Peta Wisata Korea yang ramah Muslim.

Kebijakan Pemerintah Korea Selatan ini mendapat dukungan dari Institusi dan Komunitas Muslim seperti *Korean Muslim Federation* (KMF) yang berlokasi di Masjid Pusat Seoul, *Korean Halal Authority* (KHA) di Daejeon, dan Institut Industri Halal Korea atau *Korean Institut of Halal Industry* (KIHI).¹³ Kebijakan Pariwisata halal Korea Selatan tersebut meningkatkan kedatangan yang di prediksi sekitar 1 juta Muslim akan mengunjungi Korea Selatan. Pada tahun 2019 sebanyak 511.017 turis Muslim mengunjungi Korea Selatan, naik sekitar 9,8 persen menurut Laporan Organisasi Pariwisata Korea atau *Korea Tourism Organizatiton* (KTO).¹⁴

Untuk mendukung minat pasar Halal domestik maka Pemerintah mendorong industri halal di Korea Selatan yang dimulai sejak tahun 2015. Sejak tahun 2016 industri halal menghasilkan pangsa pasar makanan halal yang dikonsumsi turis Muslim selama perjalanan di Korea Selatan mencapai 67,1 persen. Berdasarkan laporan dari Organisasi Pariwisata Korea Selatan juga mencatat jumlah wisatawan yang berkunjung ke Korea Selatan meningkat sekitar 30,3 %. Peningkatan tersebut berasal dari wisatawan negara Asia Tenggara dan Cina. Sejalan dengan hal tersebut Menurut *Global Muslim Travel Index* bahkan lebih dari 230 juta Turis Muslim Akan berkeliling dan dapat menyumbang US\$ 300 Miliar terhadap ekonomi global. Sehingga

¹³ Ajeng Puspa Marlinda, Fariz Al – Fadhat, 2022, Halal Tourism as a Strategic Option for South Korea Tourism, *Journal of Islamic Marketing* Hal. 8 sumber https://www.researchgate.net/publication/359092913_Halal_tourism_as_a_strategic_option_for_South_Korean_tourism

¹⁴ Ejkim, *Over 2022, 1 Million Muslim Tourist to Visit S. Korea this Year*, 2019 Yonhap News Agency sumber <https://en.yna.co.kr/view/AEN20190915000700320> diakses pada 28 Maret 2022

pengembangan wisata halal juga mulai dilakukan negara non Muslim seperti Korea Selatan sebagai suatu kebutuhan wisatawan Muslim saat bepergian ke Korea Selatan.¹⁵

a. Faktor Demografi

Implementasi kebijakan Pariwisata Halal Korea Selatan juga didasari oleh faktor Demografi dikarenakan terdapat diaspora Muslim disebabkan dari bertambahnya pelajar, pekerja yang datang dan menetap serta imigran Muslim di negara tersebut.. Sudah sejak tahun 2012 sekitar 200.000 Muslim tinggal di Korea Selatan, sisanya sekitar 125.000 imigran Muslim sudah datang di Korea Selatan sejak tahun 1990an. Sebagai negara non-Islam peningkatan buruh migran atau migrasi tenaga kerja, beasiswa internasional untuk para pelajar asing, perkawinan campuran, serta bisnis investasimendorong pemerintah implementasikan kebijakan Pariwisata Halal sebagai suatu kebutuhan. Para imigran Muslim banyak berasal dari Indonesia yang tinggal di Ansan, Busan, Changwon di mana sejumlah pabrik Industri Korea Selatan berada. Pada tahun 2016 diperkirakan lebih dari 1 juta Muslim akan mengunjungi Korea Selatan. Organisasi Pariwisata Korea melaporkan sebanyak 511,017 turis Muslim mengunjungi Korea Selatan pada paruh waktu tahun 2019.¹⁶ Untuk itu pariwisata halal sebagai suatu kesempatan yang tidak dapat diabaikan.

b. Faktor Politik

Faktor lain yang mendasari implementasi dari Kebijakan Pariwisata Halal di Korea Selatan yakni disebabkan dari faktor Politik. Faktor politik ini melibatkan adanya embargo dan deportasi orang Tionghoa karena pemberlakuan *THAAD* atau sistem pertahanan anti rudal milik Amerika Serikat di Korea Selatan.¹⁷ Kebijakan Pariwisata Halal dapat memberi pengaruh kepada sektor bisnis sebab ini memberikan peluang besar industri bisnis untuk datang dalam industri makanan halal. Pemerintah menyisihkan sekitar 8,4 juta Dolar untuk

¹⁵ Satriana D. E., Hayyun D.F., 2018, Wisata Halal: Perkembangan, Peluang dan Tantangan (Halal Tourism: Development, Opportunities and Challenge) *Jurnal of Halal Product Research* 2:32-43

¹⁶ James Noh, 2020, Korean Halal SMEs Strategy Shift under Covid19 Pandemic, Korean Institut of Halal Industry, Republic of Korea Hal. 5 sumber <https://isef.co.id/wp-content/uploads/2020/10/6.-PPT-JAMES-NOH.pdf>

¹⁷ Ajeng Puspa Marlinda, Bambang Cipto, Faris Al – Fadhat, DKK, 2021, *South Korea's Halal Tourism Policy – The Primary of Demographic Changes and Regional Diplomacy*, Richtmann Publishing Academic Journal of Interdisciplinary Studies Vol. 10 (3):253-163

mengembangkan makanan halal, membuat standar halal Korea Selatan, mengekspor dalam pasar halal, dan melakukan *Research and Development* (R&D) untuk pasar halal global. Pengembangan kebijakan Pariwisata halal meningkatkan pengunjung Muslim ke Korea Selatan meskipun ditengah Pandemi Covid19 yang melanda Korea Selatan. Korea Selatan tetap menjadi minat para wisatawan karena strategi Korea Selatan dalam mempromosikan pariwisata halal menggunakan media digital. Dimana orang akan lebih banyak waktu dan aktivitas di rumah terkait kasus Covid19.¹⁸ Meningkatnya Persaingan dari negara seperti Singapura, Jepang, Malaysia, dan Taiwan.

Kerjasama Korea Selatan dan Indonesia dalam Perkembangan Pariwisata Halal pada Tahun 2019-2023

Korea Selatan setelah sukses dengan fenomena Hallyu atau Korea Wave dengan menyebarnya produk atau barang-barang Korea, terkenal K-Drama dan K-Pop ke berbagai negara di dunia. Citra negara Ramah Muslim kini mengemuka, dengan menerapkan konsep Pariwisata halal menjadi peluang penting bagi pemerintah Korea Selatan dalam menarik lebih wisatawan asing berkunjung ke Korea Selatan termasuk dari negara Mayoritas Muslim seperti di Indonesia. Kerjasama dan menjalin hubungan baik terus dikembangkan pemerintah sebagai contoh untuk membangun industri halal Korea Selatan. Korea Selatan bekerjasama dengan Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal Majelis Ulama Indonesia (BPJPH MUI) guna dapat memberikan kepastian standar jaminan produk halal dari Korea.

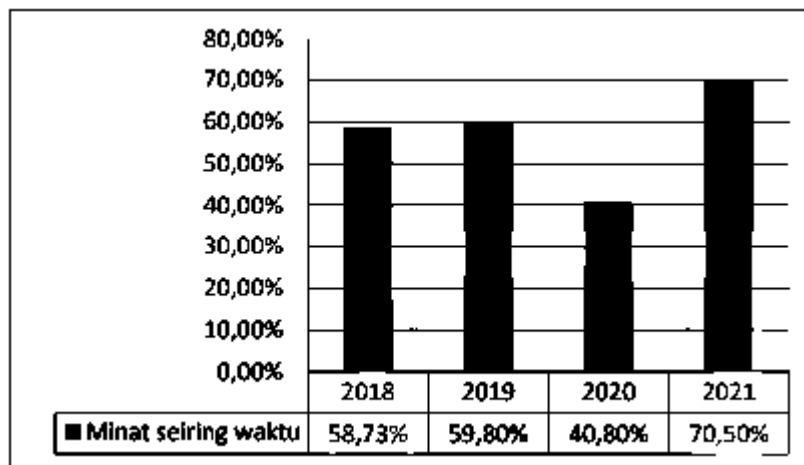
Pemerintah Korea Selatan juga melakukan promosi pengenalan akan pentingnya hubungan budaya dan Pariwisata antara Korea Selatan dan Indonesia, melalui Organisasi Pariwisata Korea (KTO) telah membuka kantor perwakilan di Jakarta, Indonesia. KTO Jakarta ini akan bertujuan untuk mempromosikan budaya dan Pariwisata Korea Selatan kepada masyarakat Korea dan Indonesia seperti dengan menggelar program pertukaran dan acara kerja sama kebudayaan.

Korea Selatan terus mengembangkan citra positif di Indonesia, setelah populer dengan Drama Korea dan K-Popnya, memberikan rasa ingin tahu masyarakat Indonesia terhadap produk-

¹⁸ Rinan Rahadyana Arfi, 2020, *PEST Analysis of Halal Hanwoo Beef Bussiness in South Korea*, Departement of Management Dual Degree Program Economic and Bussiness Faculty: Universitas Surakarta, Hal.5 <http://eprints.ums.ac.id/90419/11/NP%20r.pdf>

produk makanan Korea Selatan. Untuk itu hadirnya supermarket Korea Selatan di Indonesia semakin meningkat yang memberikan kemudahan bagi publik Indonesia untuk membeli makanan cepat saji Korea Selatan. Seperti di Lotte Mart dan K-Mart banyak menjual produk makanan Korea Selatan yang telah bersertifikasi Halal MUI. Peningkatan peminat makanan Korea Selatan terus meningkat setiap tahunnya yang dapat dilihat dari grafik berikut :

Grafik 1.1 Ketertarikan Publik Indonesia terhadap Makanan Korea Selatan Tahun 2018 – 2021



Sumber : Korea Foundation, 2020, South Korea in the Perspective of Millenials Generation:Survey Evidance in Jakarta, The Habibi Center, Hal. 8

Korea Selatan sebagai negara yang memiliki kemajuan dalam berbagai bidang baik dalam hal teknologi, ekonomi, pendidikan maupun politik yang telah sukses mengembangkan berbagai industri kreatif tidak hanya dalam industri *entertainment*, informasi teknologi, maupun konten digital dan Pariwisata. Sehingga dalam memasarkan produk pariwisata halal seperti penyediaan akomodasi, fasilitas dan ruang ibadah termasuk dalam hal makanan halal secara substansial meningkat di Korea Selatan bukanlah suatu hal yang sulit. Untuk membangun industri Pariwisata Halal berbagai kebijakan dan persiapan menjadi perhatian oleh Pamerintah Korea Selatan. Salah satu bentuk untuk menarik wisatawan internasional yang dilakukan yakni dengan melakukan Kampanye berkonsep “*Muslim Friendly Korea*” guna menunjukkan kepada masyarakat Muslim

bahwa meskipun Korea Selatan dikenal sebagai negara Non-Muslim namun baik untuk didalam maupun di luar Korea Selatan negara tersebut ramah terhadap muslim.¹⁹

Upaya terhadap pengembangan Pariwisata Halal di Korea Selatan terus ditingkatkan. Islam merupakan agama minoritas di Korea Selatan, yang hanya mencapai 0.2% dari seluruh jumlah Penduduk. Namun dari tahun ke tahun pertumbuhan Islam di Korea Selatan ini semakin meningkat. Dimana saat ini tercatat lebih dari 100 ribu Muslim tinggal di Korea Selatan, baik merupakan penduduk asli maupun pendatang dan orang asing yang menetap di Korea Selatan. Selama ini Korea Selatan dikenal dengan K-Pop dan drama Korea romantisnya yang membuat populer hingga ke pelosok dunia. Selain itu mulai dari wisata kuliner dan wisata alamnya juga menjadi magnet bagi wisatawan mancanegara, termasuk para wisatawan Muslim dari berbagai negara Muslim di dunia. Semakin meningkatnya wisatawan Muslim di Korea Selatan demikian berdampak pada semakin berkembangnya lembaga, infrastrukturu pelayanan publik serta beragam industri layanan ramah Muslim atau dikenal sebagai *Muslim Friendly*. Sebagai contoh berbagai produk Ramah Muslim di Korea Selatan dikembangkan seperti tempat ibadah yang tersebar di berbagai tujuan wisata utama, Hotel, Pusat Perbelanjaan, bandara dan lainnya. Hal demikian menjadi bukti keseriusan Pemerintah Korea dalam mengembangkan wisata ramah Muslim. Selain itu Restoran Ramah Muslim juga semakin banyak dan mudah dijumpai di Korea Selatan.

Pemerintah Korea Selatan melalui Korea Tourism Organization yang berada di Jakarta, Indonesia bekerjasama dengan mengadakan Korea Travel Fair pada tahun 2019 untuk menarik jumlah Wisatawan Muslim dari Indonesia yang merupakan salah satu negara pengirim wisatawan terbesar ke Korea. Dengan mengambil tema Muslim Friendly Korea Festival acara ini dilaksanakan pada 6 – 8 September 2019 di Kota Kasablanka Jakarta. Acara tersebut mempromosikan wisata Korea Selatan yang ramah Muslim dalam balutan ambience Musim Dingin. Dalam pelaksanaannya Korea Travel Fair ini terbagi menjadi 3 zona di 3 Atrium Mall Kota Kasablanka yakni Grand Atrium dan di juga bekerjasama dengan agen-agen travel seperti Antavaya, ATS, Vacation, Avia Tour, Bayu Buana Travel Services, Dwidaya Tour, Golden Rama, H.I.S Travel, KIA Tour & Travel, Obaja Tour & Travel, Rotama Tour, TX Travel, hingga WITA

¹⁹ Yuliawati, Elly dan Leni Marlina, 2019, Public Diplomacy: A Review of the Implications of Muslim Friendly Korea Campaign for Indonesia, Vol. 11:607-8

Tour yang akan memberikan penawaran menarik Paket Wisata ke Korea Selatan, terutama bertema Pariwisata Halal.

KTO juga bekerjasama dengan lembaga perbankan dan institusi seperti pada Area Mosaic Walk pengunjung juga dapat mengunjungi booth Maskapai Penerbangan, Bank Mandiri serta beberapa kantor wisata regional Korea dari Seoul, Busan, Incheon dan Jeju. Organisasi Korea lain seperti Hanwa, KTO Korean Wave Division dan lainnya juga turut meramaikan area ini. Salah satu yang menarik adalah K-Drama Zone yang juga akan menghadirkan mini Expo dari drama-drama Korea yang dikenal hingga pelosok negeri.

Muslim Friendly Zone akan menempati area Food Society dengan mempromosikan tempat-tempat wisata Korea yang lengkap dengan fasilitas bagi pengunjung Muslim. Pengunjung juga dapat melihat replika Seoul Central Mosque, Masjid yang dibangun pertama kali pada tahun 1976 di Itaewon, Seoul dan menjadi Pusat agama Islam Korea. Pada *Food Society* juga akan hadir *Muslim Friendly Korean Food* dimana pengunjung dapat menikmati jajanan khas Korea yang Ramah Muslim dan Halal.

Menurut Andrew Jonghoon Kim, selaku Direktur KTO Jakarta mengatakan bahwa Acara Korea Festival 2019 ini menjadi acara yang spesial karena memiliki Tema Muslim Friendly yang bertujuan untuk mempromosikan Pariwisata Ramah Muslim Korea kepada masyarakat Indonesia yang merupakan masyarakat dengan mayoritas Muslim terbesar di dunia dan pasar wisatawan paling penting Korea Selatan. Hal yang paling dinantikan oleh para pecinta wisata dalam Acara Festival Korea yakni promo tiket Murah ke Korea Selatan. Asiana Airlines, Cathay Pasific, Korean Air dan Thai Airways siap memberikan harga terbaik untuk rute penerbangan ke Korea. Sabre Indonesia juga turut hadir sebagai rekan *Global Distribution System* resmi yang akan mempermudah dan memperlancar pemesanan tiket pesawat selama acara berlangsung. Selain itu KTO juga bekerjasama dengan institusi perbankan Indonesia seperti bersama dengan Bank Mandiri memberikan promo belanja dari Bank. Bank Mandiri sebagai *official bank Partner Korea Travel Fair 2019* yang siap memberikan penawaran menarik bagi pengunjung yang akan mengunjungi Korea Selatan.

Menurut Vira Widiyadari, selaku Senior Vice President Credit Cards Group Bank Mandiri mengatakan bahwa Korea Selatan masih menjadi destinasi favorit bagi nasabah Bank Mandiri. Hal demikian terbukti dari adanya peningkatan transaksi Mandiri Kartu Kredit di atas 15% pada Juli

2019. Atas dasar hal tersebut Bank Mandiri senantiasa memberikan penawaran terbagi terhadap pemegang Mandiri Kartu Kredit yang ingin berlibur ke Korea Selatan. Untuk calon wisatawan yang bertransaksi dengan menggunakan Mandiri Kartu Kredit pada acara Korea Travel Fair 2019 dapat memperoleh keuntungan tambahan antara lain tiket dengan harga spesial dengan cashback hingga mencapai 3,5 juta, cicilan 0% hingga 12 bulan, diskon hingga 50% dengan Fiesta Poin. Program #Spend&get e-Voucher hingga Rp 500 ribu tanpa kuota, serta masih banyak penawaran menarik lainnya untuk wisatawan pemegang Mandiri Kartu. Untuk informasi lebih detail terkait Promo Bank Mandiri pada Acara *Korea Travel Fair* juga dapat mengunjungi website bmri.id/KTF.

Dalam acara *Korea Travel Fair* ini juga mendatangkan artis-artis Indonesia seperti Natasha Rizky, Ujung Oppa serta Asma Nadia yang akan berbagi pengalaman selama menjelajah Korea Selatan, *live Cooking* dari Chief Jun yang akan berbagi resep masakan khas Korea hingga lelang tiket pesawat dan paket Tourr Korea mulai dari harga Rp. 500 ribu. Gelaran *Korea Travel Fair* juga akan ditutup dengan penampilan dari penyanyi Indonesia Petra Sihombing serta pengundian lucky draw yang berhadiah tiket PP ke Korea untuk pengunjung yang beruntung.²⁰

Selama Pandemi Covid19 yang melanda Korea Selatan, Korea Selatan mengajak masyarakat Indonesia untuk tetap mendapatkan informasi terkait Pariwisata Halal Korea Selatan melalui tayangan Virtual. Bertema *Muslim Friendly Korea Online* akan diselenggarakan pada 16-18 Oktober 2020 secara daring. KTO Jakarta akan menyajikan tayangan *Virtual Gastronomic Journey #KeKoreaAja* bersama youtuber terkenal Jang Hansol dan Amelia Tantonno. Rangkaian aktivitas Daring akan dilakukan sampai dengan akhir Oktober nanti guna menyampaikan pesan bahwa Korea tetap berkomitmen terhadap pengembangan Wisata Ramah Muslim dan Korea Selatan akan selalu menunggu wisatawan Muslim Indonesia untuk kembali berkunjung saat keadaan telah membaik. Penyelenggaraan *Muslim Friendly Korea Fair* ini juga spesial karena diadakan ditengah perayaan Bulan Korea atau *Korea Month*. Pada bulan Oktober memang menjadi istimewa karena merupakan momen diselenggarakannya acara-acara bertema Korea yang di sponsori oleh Keduataan Republik Korea Selatan untuk Indonesia.

KTO menyelenggarakan berbagai program daring melalui Media Sosial Instagram @ktoid yang dapat di ikuti oleh seluruh masyarakat Indonesia maupun Korea. Disetiap acara utama akan

²⁰ Korea Tourism Organization (KTO), Korea Travel Fair, 2019, *Korea Travel Fair 2019 – Muslim Friendly Korea Festival*, sumber <https://www.visitkorea.or.id/article/korea-travel-fair-2019-muslim-friendly-korea-festival> diakses pada 26 Desember 2022

ada acara *Wellness Corner* yang membahas khusus wisata *Wellness* di Korea. Selama perayaan Bulan Korea, KTO Jakarta juga menyajikan makanan Korea melalui tayangan *Virtual Gastronomic Journey #KeKoreaAja* bersama youtuber terkenal Jang Hansol dan Amelia Tanton yang akan mengajak wisatawan Indonesia untuk menikmati makanan sambil jalan-jalan Virtual menyusuri daerah Pantai Timur, Pantai Barat hingga Pantai Selatan Korea. Perjalanan tersebut akan tayang pada setiap hari Sabtu di Kanal masing-masing namun untuk episode lima akan tayang di Youtube Resmi KTO Jakarta. Selain itu KTO juga aktif melakukan promosi video kampanye Pariwisata Korea terbaru di media sosial lain seperti di Tiktok, Youtube dan Instagram. Promosi tersebut juga dilakukan dengan berkolaborasi bersama Public Figures Youtuber dan Influence Indonesia seperti Boy William, Marsha Aruan, Chika Jessica, Ghea Indrawati, Dea Annisa, Alexander Thian. Video kampanye Pariwisata dengan bertema *The Rhythm of Korea* dan memiliki subtema *Adventures, K-Beauty, Healing, Light, Taste and Vibes* dimaksudkan untuk bersama-sama dapat menyampaikan harapan dan doa kita semua dapat melewati masa sulit Pandemi Covid19 bersama-sama dan dapat bertemu kembali di Korea Selatan ketika keadaan telah mulai membaik.²¹

Popularitas *Korean Wave* menjadi salah satu faktor penunjang berkembangnya Pariwisata Korea Selatan di dunia global dan meningkatnya wisatawan muslim Korea Selatan. Korea Selatan menjadi impian para pecinta Korea Drama dan penggemar K-Pop dari seluruh dunia. Untuk memberikan kenyamanan dan kebutuhan pada wisatawan Muslim saat berkunjung ke Korea Selatan. Korea Selatan mendorong penyediaan fasilitas dan produk – produk halal sebagai berikut:

a. Makanan Halal di Korea Selatan

Korea Selatan dikenal sebagai negara mayoritas Non-Muslim namun tetap memiliki strategi yang terkait untuk dapat menjadi negara sahabat Muslim yang mampu bersaing di pasar negara Muslim. Salah satu yang digunakan adalah dengan menerapkan Gastrodiplomasi yang menitikberatkan pada diplomasi melalui makanan. Menurut Wilson 2015, gastro diplomasi sebagai kegiatan diplomasi yang menggunakan makanan sebagai alat utamanya. Beberapa negara menyadari bahwa makanan tradisional atau makanan khas di negara mereka memiliki kekuatan sebagai alat diplomasi. Ini yang juga dilakukan oleh Korea Selatan dengan menerapkan Kebijakan Makanan Halal yang pertama kali dirilis oleh Kementerian Pertanian Pangan dan Pedesaan pada

²¹ Korea Tourism Organization (KTO), Korea Travel Fair, 2019, IBID

Juni 2015. Kebijakan tersebut berfokus pada tiga poin utamanya mendorong pengembangan industry halal. Kedua peningkatan ekspor dan terakhir jaringan distribusi.

Dalam mengembangkan sektor industri halal dilakukan dengan pembangunan infrastruktur melalui penyediaan layanan pusat informasi tentang produk halal, pembangunan tempat pemotongan hewan dan fasilitas produksi. Untuk peningkatan kehalalan produk yang diekspor juga harus melalui sertifikasi halal, proses penyaringan sesuai standar sertifikasi halal. Untuk memperluas jaringan distribusi, Pemerintah menjalin kerjasama dengan Negara Islam dan negara mayoritas penduduk Muslim. Implementasi awal Pemerintah Korea Selatan melakukan diplomasi dengan bekerjasama Bersama Uni Emirat Arab pada tahun 2015 dengan Forum Bisnis Korea – Uni Emirat Arab di Abu Dhabi.

Peluang kerjasama lainnya juga terus dilakukan Korea Selatan dengan pengembangan di bidang industri halal bersama negara mayoritas Islam seperti Malaysia dan Thailand dan juga di Indonesia. Alasan utama memperluas jaringan produk Korea Selatan di negara-negara tersebut karena budaya Korea Selatan sudah cukup berpengaruh di negara-negara Asia Tenggara.²² Salah satu bentuk restoran halal di Korea Selatan yakni Restoran Namion di Pulau Nami yang merupakan restoran berspesialisasi dalam masakan tradisional Korea seperti iga ayam goreng, masakan tersebut menggunakan ayam halal yang dapat dikonsumsi untuk Muslim dan juga menyediakan mushola di tempat.²³ Pengembangan Makanan Halal Korea Selatan di negara – negara Mayoritas Muslim seperti di Indonesia menjadi kepentingan nasional Korea Selatan, dimana Indonesia tengah mengalami pertumbuhan dan perkembangan yang signifikan dalam wisata kuliner. Hal ini disebabkan karena meningkatnya peminat dari makanan Korea Selatan. Pemilihan negara Indonesia sebagai pasar penyebaran Makanan halal Korea Selatan tidak terlepas dari penilaian bahwa Indonesia dinilai Prospektif dalam produk halal food yang mencapai sebesar 8,3 persen.²⁴

Organisasi Pariwisata Korea juga merilis buku panduan Restoran halal dan Peta Pariwisata pertama sejak tahun 2015. Buku Panduan ini yang berisikan tentang restoran Halal di Korea. Di dalamnya, KTO membagi menjadi empat kategori. Keempat kategori tersebut yakni bersertifikat

²² Shannaz Deniar & Tonny Dian Effendi, 2019, *Halal Food Diplomacy in Japan and South Korea*, Journal of Social and Political Sciences, Vol. 2 (3):805-813

²³ COMCEC, 2016, *Muslim Friendly Tourism: Developing and Marketing MFT Products and Services in the OIC Member Countries*, Turkey: COMCEC Coordination Office, hal. 40-41

²⁴ Jihan Safitri, 2021, *Gastrodiplomacy Korea Selatan Melalui Halal Food di Indonesia Periode 2015-2016*, Skripsi, Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, Hal. 8

halal, Ramah Muslim, bersertifikat Mandiri dan Bebas Babi. Berikut kategori Restoran halal seperti gambar dibawah ini :

Gambar 1.1 Kategori Restoran Ramah Muslim



(Sumber : Visit Korea, Kategori Restoran Ramah Muslim)

Kategori keempat dalam Restoran Ramah Muslim Korea Selatan tersebut yakni

- a. *Halal Certified* merupakan kategori restoran yang telah memperoleh sertifikasi halal oleh Korean Muslim Federation (KMF).
- b. *Muslim Friendly* merupakan kategori bahwa restoran menyediakan beberapa makanan halal, tetapi tetap menjual minuman beralkohol.
- c. *Self Certified* merupakan kategori restoran yang secara resmi belum disertifikasi, tetapi restoran tersebut menyediakan makanan yang dapat di konsumsi oleh umat Muslim dan memenuhi syarat ketentuan restoran halal.
- d. Bebas Babi merupakan kategori restoran yang tidak menyediakan daging babi.

Informasi demikian cukup membantu wisatawan Muslim karena tersedia dalam Bahasa Arab, Bahasa Inggris dan juga tersedia di situs web Visit Korea agar dapat diakses secara bebas oleh masyarakat global. Selain itu KTO secara berkala mengadakan rangkaian acara seperti *Halal Restaurant Week* Korea dan menggelar pameran produk halal dengan bekerjasama bersama *Korean Food Federation*. K-Food Fair juga diadakan di berbagai negara untuk memperkenalkan Produk makanan Korea Selatan yang difasilitasi oleh Kementerian Pertanian, MAFRA dan *Korean Agro Fisheries and Food Trade*. Saat ini Korea Selatan memiliki 152 Restoran Halal untuk mendukung kebutuhan dari wisatawan Muslim. Selama masa Pandemi Covid19 Korea Selatan terus mempromosikan restoran halal melalui kanal Youtube, meski terdapat Batasan perjalanan dan masih adanya pelarangan perjalanan, Korea selatan berupaya untuk tetap menggugah daya

Tarik pengunjung Muslim untuk mengunjungi negaranya begitu perjalanan internasional nanti akan kembali normal.²⁵

Menurut Wakil Presiden Indonesia Ma'Aruf Amin menyatakan bahwa Korea Selatan sangat aktif untuk mempromosikan dan mendorong Produk halal mereka. Menteri, Gubernurnya semua, mereka ingin produk Korea Selatan dapat menguasai pasar Dunia” Pernyataan tersebut disampaikan dalam Acara Indonesia Halal Industry Award (IHYA) yang ditayangkan secara virtual pada 17 Desember 2021. Korea Selatan hanyalah satu dari negara non-Muslim yang memproduksi produk halal di Pasar Global. Disamping juga negara-negara lain seperti Thailand, Australia, Amerika Serikat, Brasil, Cina hingga Jepang. Pasar Industri Halal dunia memiliki potensi besar dan terus berkembang. Belanja Produk halal dari Masyarakat Muslim dunia baik itu makanan, farmasi, Kosmetik dan lainnya dapat tembus mencapai US\$ 2, 02 Triliun pada 2020 sampai 2021. Berdasarkan Laporan The State of the Global Islamic Economy Report 2020 – 2021 nilai belanja produk halal di proyeksi akan terus mengalami peningkatan hingga tembus US\$ 2,4 Triliun pada tahun 2024 atau tumbuh sekitar 3.1 persen Cummulative Annual Growth Rate (CAGR) dalam 5 Tahun. Indonesia merupakan rumah bagi populasi Muslim terbesar di dunia yang mencapai 229,6 juta berdasarkan data 2020.²⁶

Diwakili oleh Wakil Menteri Cho Yong-Man, Kementerian Kebudayaan, Olahraga dan Pariwisata Korea (MCST, Menteri Park Bo-Kyun) akan menemui perwakilan dari enam agensi perjalanan yang tergabung dalam Asosiasi Perusahaan Penjual Tiket Penerbangan Indonesia saat mengikuti Pertemuan Menteri Pariwisata G20 pada 26-28 Oktober 2022 di Bali. Kerjasama Pariwisata antara Korea dengan Indonesia telah terjalin sejak dulu dan berpotensi besar untuk terus berkembang. Berbagai macam perbaikan tetap dilakukan kedua negara dan telah memiliki citra positif dan daya tarik pariwisata juga sangat tinggi. Kerjasama antara Korea Selatan dan Indonesia ini dimaksudkan untuk dapat mempermudah kebutuhan wisatawan dari Indonesia. Dimana wisatawan Indonesia cukup kesulitan dalam menyiapkan dokumen untuk berwisata ke Korea. Oleh karena itu pertemuan antara MCST dengan ASTINDO yang diadakan di Bali dapat menjadi kesempatan untuk lebih mempererat kerja sama antara kedua negara di masa depan guna bisa menghadirkan pelayanan di bidang Pariwisata yang lebih baik. Tercatat lebih dari 34 ribu

²⁵ Kiki Sakinah, 2020, Korea Selatan Promosikan Restoran Halal di Youtube, sumber <https://sindikasi.republika.co.id/berita/qghgf4430/network>

²⁶ Martha Warta Silaban, 2021, Tempo.co, Cerita Ma'aruf Amin soal Pejabat Korea Selatan Aktif Promosi Produk Halal sumber https://bisnis.tempo.co/read/1540638/cerita-maruf-amin-soal-pejabat-korea-selatan-aktif-promosi-produk-halal?page_num=2

Wisatawan Indonesia telah berkunjung dalam tiga bulan sejak pintu Pariwisata di buka pada bulan Juni 2022.²⁷

b. E- Commerce Korea Selatan dan Aplikasi Halal Korea Selatan

Pasar *E-Commerce* Korea Selatan merupakan salah satu yang terbesar di dunia dan menempati peringkat ke 5 di dunia serta ke 3 di Asia Pasifik pada tahun 2020. Korea Selatan dikenal sebagai pemimpin global dalam teknologi yang memiliki akses besar broadband, kecepatan konektivitas internet tinggi, tingkat penetrasi ponsel yang juga tinggi dan banyak bermunculan platform dan jaringan yang semuanya dapat mendukung penggunaan internet dan perilaku belanja online. Untuk itu selama Pandemi Covid19 aktivitas promosi Pariwisata Online banyak dilakukan secara daring. Sebab Korea Selatan dapat dijadikan sebagai salah satu negara yang paling terhubung di dunia, dimana mayoritas masyarakat rumah tangga memiliki akses ke internet. Pengembangan E-Commerce menjadi salah satu peluang bisnis baru Korea Selatan.

Selama Pandemi Covid19 berlangsung penjualan ritel online Korea Selatan adalah yang tertinggi sebagaimana pada tabel berikut .²⁸

Tabel 1.1 : Penjualan Ritel Online Korea Selatan 2017 - 2021

Year	2017	2018	2019	2020	2021-5
Total retail sales (A)	382.9	404.5	411.7	413.4	38.2
Online retail sales	79.4	98.9	117.7	140.2	14.0
*Product only sales (B)	62.0	76.0	88.2	112.3	10.8
Share % (B/A)	16.2	18.8	21.4	27.2	28

*Billions, % change and % of total retail sales. Note: converted at the exchange rate of USD \$1=1146.50KRW (1 KRW=0.00087 USD); (B) excludes travel and event tickets; includes products or services ordered using the internet via any device, regardless of the method of payment or fulfillment

E-Commerce merupakan suatu proses untuk penyebaran, penjualan, pemasaran produk barang dan jasa yang dilakukan secara elektronik dengan memanfaatkan jaringan internet. Beberapa bentuk E-Commerce yang menjual produk-produk halal dan ramah Muslim di Korea Selatan yakni seperti tabel berikut:

²⁷ Korea Tourism Organization, 2022, Korea Mempererat Kerjasama Pariwisata dengan Indonesia melalui Konferensi G20, sumber <https://www.visitkorea.or.id/article/korea-mempererat-kerjasama-pariwisata-dengan-indonesia-melalui-konferensi-g20>

²⁸ Seungah Hong & Elias Peterle, 2021, E-Commerce Market in South Korea, Nowak & Partner Co. Ltd hal. 03 sumber diakses https://www.nowak-partner.com/upload/document/2021_np_e-commerce-market_korea.pdf

Tabel 1.2 E-Commerce Populer di Korea Selatan

No.	E-commerce	Produk
1.	www.yeshalal.co.kr	Daging halal dan makanan instan siap saji
2.	albazaarkorea.com	Daging dan makanan halal
3.	Bejokorea.com	Bakso halal khas Indonesia
4.	Sijangkita.com	Produk-produk makanan Indonesia
5.	@albaraka.korea	Daging dan makanan halal

Pelaku industri Pariwisata sama-sama aktif menarik wisatawan Muslim melalui penggunaan digital seperti web, media sosial, dan aplikasi seluler sebagai salah satunya Korea Selatan yang meluncurkan aplikasi dengan menargetkan wisatawan Muslim.²⁹ Dengan adanya E-Commerce Masyarakat Muslim di Korea Selatan menjadi lebih mudah untuk mendapatkan pasokan makanan halal dan pencarian produk-produk halal. Bisnis E-Commerce pun menjadi berkembang pesat sebab menjadi suatu budaya hidup masyarakat Korea Selatan yang memiliki ciri khas sistem budaya yakni “Palli-palli atau Cepat-cepat” sehingga pengembangan produk-produk dengan penjualan secara online sangat membantu masyarakat Korea Selatan ditengah-tengah aktifitas yang padat.³⁰

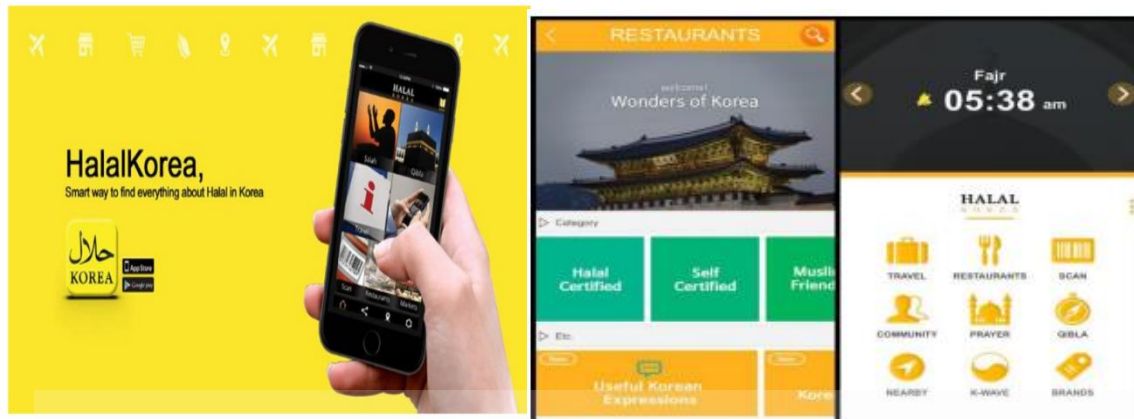
Dalam mendukung kegiatan Pariwisata Halal, Aplikasi perjalanan seluler juga kini banyak dikembangkan oleh Lembaga Pemerintah maupun penyedia jasa Pariwisata Halal serta menjadi inovasi terbaru di kancah Produk Pariwisata Ramah Muslim. Sejumlah Instansi Pemerintah telah meluncurkan Aplikasi seluler untuk membantu wisatawan Muslim dapat menemukan Restoran yang bersertifikat Halal dan Hotel yang Ramah Muslim serta masjid dan fasilitas yang memiliki Mushola. Melalui Agensi Negara Makanan Halal Korea atau Global Halal dan di dukung oleh *Korean Food Foundation* (KFF) yang berada di bawah naungan Kementerian Pertanian, Pangan

²⁹ Battour, M., and Ismail, M.N, 2015. *Op.Cit* Hal. 40-41

³⁰ Theresia Avila Rencidipya Gitanati Firstantin, 2021, Perkembangan Wisata Halal di Korea Selatan (Studi Kasus Perspektif Masyarakat Indonesia di Korea Selatan), JUMPA Vol. 8 No. 1:259-277

dan Urusan Pedesaan Korea Selatan meluncurkan Aplikasi Halal Korea yang memberikan informasi tentang restoran halal dan memungkinkan pemindahan barcode di Supermarket atau pada saat berbelanja untuk memeriksa apakah isinya halal atau tidak. Dengan hanya mengambil gambar barang dan mengunggahnya ke aplikasi halal. Dengan cara tersebut dapat menghemat waktu dari mengetik nama item dan mencarinya satu persatu. Aplikasi ini juga menyediakan area tempat ibadah terdekat. Aplikasi Halal Korea ini tersedia dalam Bahasa Inggris, Bahasa Indonesia dan Bahasa Arab.³¹

Gambar 1.2 :Aplikasi Halal Korea



Sumber :Detikfood, Korea Luncurkan Aplikasi “Halal Korea” sebagai Petunjuk Restoran dan Produk Makanan Halal

Korea Selatan juga menyediakan aplikasi halal dengan menggunakan teknologi dan mesin pembelajaran untuk menawarkan beberapa rekomendasi seperti reaksi konsumen, minat dan preferensi dan perilaku yang dapat meningkatkan pelanggan dan kepuasan pelanggan/ di industri perjalanan. Sebab aplikasi ini juga dapat merekomendasikan tempat untuk dikunjungi, membantu masyarakat menemukan cara baru dan melakukan perjalanan yang tak terlupakan dengan tetap menjaga hukum Islam. Aplikasi Halal ini dapat di unduh di android lebih dari 30 aplikasi dipilih terdiri dari Aplikasi Halal Korea, Perjalanan Korea, Restoran Halal, Hotline Travel, Panduan Perjalanan, Perjalanan Halal, Informasi Visa, Waktu Ibadah, Daftar Toko Halal, *Consumer Halal*, Makanan Halal, Peta dan transportasi *Metro Subway* Korea Selatan.³²

³¹ Tantri Raeghiezyana Lorenza Poetri, 2019, Implementasi Pengembangan Halal Tourism di Korea Selatan, Skripsi Universitas Unair Surabaya, Hal. 07

³² A.P Marlinda, B. Cipto, F. Al – Fadhat, dkk., 2021, The Influence of Artificial Intelligence to Support Halal Tourism Policy in South Korea, IOP Conference Series:Earth and Environmental Science Hal. 6

c. **Buku Panduan Wisatawan Muslim Korea Selatan**

Untuk memenuhi kebutuhan wisatawan Muslim yang berkunjung ke Korea Selatan Organisasi Pariwisata Korea Selatan menghasilkan Buku Panduan Restoran Ramah Muslim di Korea pada tahun 2015 dalam Bahasa Inggris. Panduan tersebut menyediakan daftar restoran yang menyediakan masakan negara Muslim serta ramah Muslim dan Restoran-restoran khas masakan Korea. Buku Panduan tersebut juga disediakan dalam Bahasa Arab.

Gambar 1.3 : Buku Panduan Wisatawan Muslim (Korea Travel Book APP)



Sumber : *Korea Tourism Organization (KTO), 2019*

d. **Produk Kosmetik Halal Korea Selatan**

Korea Selatan sebagai negara yang bukan termasuk negara Islam, terus berupaya mengembangkan Pariwisata Halal untuk menarik kunjungan wisatawan Muslim, selain itu juga dapat mengenalkan negaranya ke dunia internasional dengan melakukan strategi –strategi di berbagai aspek. Salah satunya dalam hal produksi Kosmetik Halal, untuk melengkapi kebutuhan Muslim di Korea Selatan dan menarik minat wisatawan Muslim. Menurut Direktur Jenderal Institut Industri Halal Korea, Dr. James Noh menyampaikan bahwa kosmetik halal Korea Selatan disediakan sebagai suatu tantangan yang diberikan sebab gejala sosial dan ekonomi yang terus berkembang pesat, yakni semakin besarnya tuntutan konsumen baik dari Muslim maupun Non-Muslim terkait pengadaan barang – barang yang secara menyeluruh tidak berasal dari hewan serta

serupanya seperti telur, keju ataupun susu.³³ Sejak tahun 2015 Pemerintah Korea Selatan bekerjasama dengan Uni Emirat Arab (UEA) dalam pengembangan Produk Kosmetik Halal. Korea Selatan mulai memasok Kosmetik Halal ke Uni Emirat Arab melalui Perusahaan Kolmar Korea Co. sebagai sebuah lembaga perdagangan dan bisnis yang didukung pemerintah dalam mendistribusikan barang-barang kosmetik label pribadi Kolmar Korea melalui toko fisiknya yang berlokasi di sekitar UEA. Menurut CEO, Kolmar Korea Choi Hyun Kyu mengatakan bahwa pembelian produk kosmetik halal tersebut sebagai batu loncatan bagi perusahaan guna memasuki pasar Timur Tengah mengingat Uni Emirat Arab adalah pasar Konsumen *trendsetter* di kawasan tersebut.³⁴

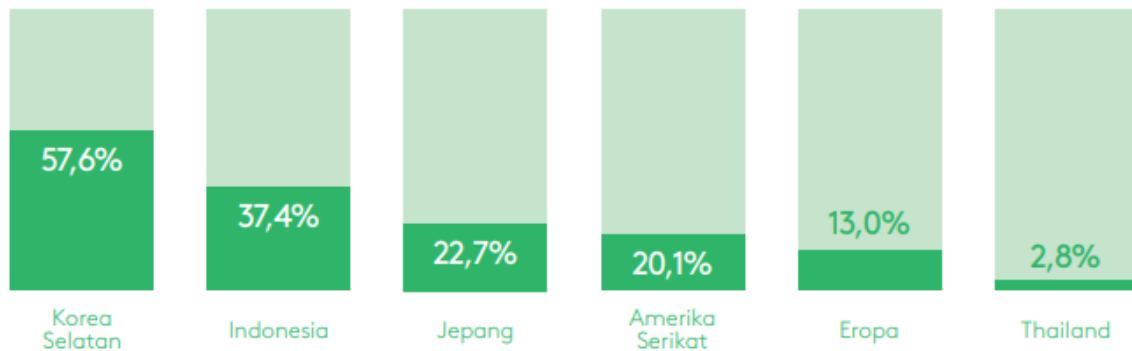
Kosmetik dan Kecantikan menjadi suatu hal yang identik di Korea Selatan. Tren kecantikan di Korea Selatan sudah dimulai sejak masa Kerajaan Goryeo (918-1392) hingga dinasti Jeason. Dimana pada masa Goryeo standar kecantikan menonjolkan dengan wajah yang bercahaya dan segar serta bentuk alis yang seperti Daun Willow kemudian berkembang ke masa Jeaseon yang identik dengan riasan yang terlihat tebal serta dengan gaya rambut yang dapat diatur sedemikian rupa untuk terlihat mewah dan melibatkan banyak aksesoris. Pada masa itu Kosmetik masih menggunakan bahan-bahan alami dan tanpa bahan pengawet.³⁵ Ekspor Kosmetik Korea Selatan sudah sejak tahun 2012 terus menyebar ke seluruh Asia termasuk Cina dan Asia Tenggara seperti Indonesia. Pada Survey tahun 2020 diperoleh hasil bahwa Korea Selatan masih menjadi negara produsen Skincare Favorit.

³³ Yusnarida Eka Nizmi, 2020, *South Korea's Strategy in Improving Halal Tourism for Interesting Muslim Tourist*, JOM Fisip Vol. 7 Ed. II Juli – Desember 2020:1-11

³⁴ Hilda Ansariah Sabri. Korea Pasok Kosmetik Halal ke UEA, 2022, 12 September, sumber https://www.myjourneyindonesia.id/korea-pasok-kosmetik-halal-ke-uea/?utm_source=rss&utm_medium=rss&utm_campaign=korea-pasok-kosmetik-halal-ke-uea diakses pada 20 Desember 2022

³⁵ Gowman, P. (2013, 13 Februari), *Inspired by Nature – The Traditional Cosmetics of Korea*, London Korea Sumber <https://londonkoreanlinks.net/2013/02/13/inspired-by-nature-thetraditional-cosmetics-of-korea/>

Tabel 1.1 Negara Produsen Skincare Favorit



Sumber : Zap Beauty Index 2020

Korea Selatan sebagai negara yang menjadi kiblat dalam kosmetik, untuk itu tren produk dari Korea Selatan seperti Laneige, Nature Republic dan Innisfree masih menjadi favorit masyarakat khususnya di Indonesia. Salah satu yang menjadi daya tarik produk kosmetik Korea Selatan sangat populer yakni karena kualitasnya. Selain itu Produk – produk tersebut juga sudah memiliki sertifikat halal. Sehingga konsumen tidak perlu khawatir adanya zat Kimiawi dalam produk serta harga yang terjangkau.³⁶ Produk Korea Selatan yang memiliki sertifikasi halal yakni Cosmax, yang tidak hanya mendapat sertifikasi halal MUI di Indonesia, namun Cosmax juga telah merambah ke negara ASEAN dan Asia Timur seperti Tiongkok. Sunwo Cosme merupakan produk kosmetik dari Bran Skincare Korea Ternama bernama Talent Cosmetics juga telah mendapatkan sertifikasi halal dari JAKIM Malaysia dalam produk skincare dan kosmetiknya. JNH Halal yang merupakan produk Kosmetik dibawah Perusahaan Daeduck Lab, yang hadir guna untuk memenuhi kebutuhan Muslim di dunia telah bersertifikasi halal dari GiMDES Turki ini, hadir dengan memiliki produk khusus untuk ibu hamil yakni Puresh Pregnant Care yang aman digunakan.

Berkembangnya Industri halal di Korea Selatan sebagai negara yang mengeksport produk Kosmetik seperti ke Indonesia memiliki dampak positif, mendorong dibuatnya website khusus terkait produk-produk halal Korea Selatan yang dapat memudahkan Konsumen Muslim untuk memilih produk-produk asal Korea Selatan yang aman untuk digunakan.³⁷ Hal ini juga menjadi

³⁶ Nurul Anisa Setiani, Moh. Farid Najib, Fatya Alty Amalia, 2021, Analisis Pertimbangan Niat Pembelian Produk Korean Beauty, Bandung: Prosiding the 12th Industrial Research Workshop and National Seminar Politeknik Negeri Bandung, Hal. 1541

³⁷ Anastasya Kawila, 2021, Kebijakan Pemberlakuan Sertifikasi Halal terhadap Produk Asing yang Masuk ke Suatu Negara Menurut Hukum Internasional (Analisis Produk Kosmetik Impor Korea Selatan), Medan:Skripsi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Hal. 39-40

peluang dan kesempatan pemerintah Korea Selatan dengan adanya pemberlakuan sertifikasi halal menjadikan Korea Selatan menjadi gencar untuk memproduksi produk halal dan melirik pasar halal sebagai suatu kemajuan terhadap kemajuan industri perdagangan internasional.

e. Film Drama Korea

Salah satu bentuk produk halal dari upaya promosi Pariwisata halal Korea Selatan guna untuk tetap meningkatkan kunjungan wisatawan yakni drama Korea. Upaya pemerintah mempengaruhi bagaimana produksi film dan drama dilakukan. Sebelumnya belum ada film maupun Drama Korea yang secara khusus mengisahkan tentang kehidupan umat Muslim di Korea Selatan namun kini terdapat adegan-adegan singkat dari drama Korea yang dapat menunjukkan bahwa warga Korea dapat menerima kehadiran orang Muslim di Korea. Drama Korea tersebut berjudul '*Age of Youth Season 2*' dimana pada episode pertamanya menunjukkan sekilas adegan dua orang wanita yang menggunakan niqab berwarna hitam tiba di bandara. Kemudian dua wanita tersebut disambut dengan hangat oleh penjemputnya dan diberikan kalung bunga sebagai tanda sambutan kedatangan. Selain itu juga ada drama yang populer yang berjudul '*Descendant of the sun*' yang menggambarkan bagaimana warga Korea dapat berinteraksi dengan seorang Muslim. Drama tersebut juga menunjukkan seorang dokter laki-laki yang berusaha untuk memberikan pertolongan pertama kepada seorang wanita Muslim yang menggunakan hijab dengan sangat cekatan tanpa adanya komentar mengenai agamanya.³⁸

Film drama-drama Korea Selatan tersebut cukup untuk memberikan gambaran bagaimana pengiat industri kreatif dapat memberikan gambaran Korea Selatan yang ramah Muslim meskipun masyarakat penduduk Korea Selatan mayoritas bukan beragama Islam. Upaya strategi pemerintah Korea Selatan dalam mempromosikan pariwisata halal dengan mengemas melalui film-film drama yang populer di seluruh dunia berhasil setidaknya dapat menepis isu-isu terorisme dan mencitrakan positif negaranya sebagai negara yang ramah Muslim. Pemerintah Korea Selatan cukup serius dalam pengembangan Pariwisata Halal Korea Selatan. Berbagai upaya dilakukan untuk mempromosikan Korea Selatan menjadi destinasi wisata yang menarik untuk wisatawan Muslim baik saat sebelum Pandemi Covid19 maupun setelah Pandemi Covid19.

³⁸ Demeiati Nur Kusumanigrum, Aulia Mawaddah Fairuz, Erima Puspita Putri, dkk, 2017, Tren Pariwisata Halal Korea Selatan, Seminar Nasional dan Gelar Produk (SENASPRO), Hal. 859-860

Upaya untuk menyelenggarakan acara tahunan Korea Fair juga terus dikembangkan melalui kerjasama-kerjasama dengan berbagai pihak di Indonesia maupun melalui KTO di Jakarta. Sebagaimana melalui *Korea Hybrid Travel Fair* yang diselenggarakan pada tahun 2022 oleh KTO Jakarta acara tersebut digelar secara Hybrid baik penjualan secara *Online* di Aplikasi dan website Traveloka maupun juga secara *Offline* dengan menghadirkan Pop Up Installations untuk para pengunjung yang ingin mendapatkan pengalaman ala musim gugur di Korea yang berlokasi di Main Atrium Senayan City. Acara tersebut diselenggarakan selama 20 Oktober hingga 23 Oktober 2022.³⁹

Indonesia merupakan salah satu dari 15 negara penyumbang terbesar ke Korea maka diharapkan acara tersebut dapat meningkatkan minat wisatawan untuk berlibur ke Korea Selatan. Selain itu secara bertahap Pemerintah Korea Selatan juga telah mempermudah kebijakan masuk wisatawan asing sejak membuka kembali pintu masuk wisatawan Asing pasca Pandemi Covid19 per 1 Juni 2022. Untuk mempermudah wisatawan asing, kebijakan tes PCR pada saat keberangkatan dan kedatangan juga telah dihapuskan per 1 Oktober 2022. Selain itu Korea Selatan juga tidak menerapkan kewajiban vaksin kepada wisatawan selama tidak menunjukkan gejala apapun. Menurut Stevens Hendrajaya, selaku Head of Corporate Partnerships dari Traveloka menyatakan bahwa fenomena sejak *Korean Wave* menyebar di Indonesia telah menjadikan Korea Selatan sebagai salah satu destinasi internasional impian mereka dan mendorong peningkatan transaksi tiket pesawat ke Korea hingga 3 kali lipat pada periode Juni – Oktober 2022.

Kemitraan Traveloka dengan KTO juga sudah terjalin sejak 2019 menjadi salah satu wujud nyata komitmen Traveloka dalam menghadirkan solusi kemudahan para konsumen dalam merencanakan perjalanannya ke Korea. Pada Acara *Korea Hybrid Travel Fair* ini para calon wisatawan dapat melakukan pemesanan tiket penerbangan dengan harga mulai dari Rp. 6,1 jt untuk perjalanan pulang pergi. Calon wisatawan yang melakukan transaksi untuk berlibur ke Korea Selatan juga berkesempatan untuk mendapatkan diskon hingga Rp. 700.000 selama acara berlangsung di Traveloka dan mendapatkan tambahan Diskon sampai dengan Rp. 150.000 apabila melakukan Pembayaran dengan menggunakan Traveloka PayLater dan Kartu Kredit dari Bank BNI, CIMB Niaga, Citibank, Digibank dan KB Bukopin serta Mandiri. Untuk para penggemar K-Drama, pengunjung dapat mengunjungi K-Drama Corner yang memberikan pengalaman

³⁹ Korea Tourism Organization, 2022, Korea Hybrid Travel Fair 2022:Hadirkan Berbagai Promo Menarik Liburan Ke Korea, sumber <https://www.visitkorea.or.id/article/korea-hybrid-travel-fair-2022-hadirkan-berbagai-promo-menarik-liburan-ke-korea> diakses 6 Februari 2022

perjalanan secara digital untuk dapat menelusuri sejumlah lokasi yang ada di dalam beberapa K-Drama seperti Hometown Cha Cha Cha, Vincenzo dan Secret Royal Inspector & Joy serta terdapat pula kuis-kuis menarik yang dapat di ikuti oleh para pengunjung.⁴⁰

Hubungan antara Pemerintah Korea Selatan dan Indonesia sudah terjalin sejak lama, dan terus dikembangkan. Tepat pada 10 September 2018, Presiden Joko Widodo Indonesia di sambut hangat saat berkunjung ke Gedung Biru Korea Selatan dalam rangka memperingati 45 tahun hubungan diplomatik kedua negara. Kedua negara sepakat untuk terus meningkatkan kerjasama di bidang ekonomi dengan target nilai perdagangan sebesar USD 30 miliar pada tahun 2022. Indonesia dan Korea Selatan juga telah mendorong untuk mempromosikan dan memajukan arus wisatawan baik melalui udara dan laut, melakukan pertukaran pengalaman, kunjungan studi lapangan, komparatif studi dan pertukaran informasi. Kegiatan ini juga dilakukan untuk pengembangan produk, pendidikan dan pelatihan. Sebagai salah satu contoh hubungan kedua negara yang terus dijaga ada lebih dari 90 organisasi Warga Negara Indonesia berada di Korea Selatan, dan Pekerja Imigran Indonesia seperti Komunitas Muslim Indonesia yang mengkoordinir 57 Musholla berada di Korea Selatan. Untuk itu hubungan kerjasama antara Korea Selatan dan Indonesia terus dijaga dengan baik guna dapat mencapai kepentingan yang saling menguntungkan kedua negara.

Kesimpulan

Pariwisata Halal Korea Selatan menjadi langkah strategis bagi pengembangan dan peningkatan hubungan luar negeri Korea Selatan termasuk dengan Indonesia. Kerjasama Korea Selatan dan Indonesia juga menjadi jembatan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan ke Korea Selatan dan menunjukkan keterbukaannya terhadap negara-negara mayoritas Muslim. Kerjasama tersebut juga mendorong pada pengembangan kemitraan untuk produk-produk halal Korea Selatan, peningkatan pada ekspor kosmetik ke Indonesia.

Pemerintah Korea Selatan melalui Korea Tourism Organization (KTO) terus berupaya untuk menyediakan layanan guna memenuhi kebutuhan wisatawan Muslim seperti membangun infrastruktur, akomodasi, penyediaan makanan halal yang sudah bersertifikasi dan program panduan untuk wisatawan Muslim. Selain itu melalui KTO di Jakarta juga terus mempromosikan Pariwisata Halal untuk menarik wisatawan Muslim Indonesia berkunjung ke Korea Selatan meski

⁴⁰ IBID

mengalami Pandemi Covid 19, namun aktifitas promosi terus dilakukan secara online seperti dalam mengadakan Korea Tourism Virtual Fair. Korea Selatan juga telah membuka pintu Pariwisata untuk wisatawan Indonesia per Juni 2022 dengan bekerjasama pada penerbangan Asiana Airlines dan Korean Air memberikan promo diskon hingga 10%. Hal demikian dilakukan guna untuk terus mendorong peningkatan wisatawan Indonesia berkunjung ke Korea

Daftar Pustaka

Buku & Karya Ilmiah

Arfi, Rinan Rahadyana. 2020. *PEST Analysis of Halal Hanwoo Beef Bussiness in South Korea*, Departement of Management Dual Degree Program Economic and Bussiness Faculty: Universitas Surakarta

Demeiati Nur Kusumanigrum, Aulia Mawaddah Fairuz, Erima Puspita Putri, dkk. 2017. Tren Pariwisata Halal Korea Selatan. Seminar Nasional dan Gelar Produk (SENASPRO)

Dugis, Vinsensio. 2016. *Teori Hubungan Internasional: Perspektif – perspektif Klasik*. Surabaya: Cakra Studi Global Strategis

COMCEC. 2016. *Muslim Friendly Tourism: Developing and Marketing MFT Products and Services in the OIC Member Countries*. Turkey: COMCEC Coordination Office

Kawila, Anastasya. 2021. Kebijakan Pemberlakuan Sertifikasi Halal terhadap Produk Asing yang Masuk ke Suatu Negara Menurut Hukum Internasional (Analisis Produk Kosmetik Impor Korea Selatan). Medan: Skripsi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Setiani, Nurul Anisa, Moh. Farid Najib, Fatya Alty Amalia. 2021. Analisis Pertimbangan Niat Pembelian Produk Korean Beauty, Bandung: Prosiding the 12th Industrial Research Workshop and National Seminar Politeknik Negeri Bandung

Seungah Hong & Elias Peterle. 2021. *E-Commerce Market in South Korea*. Nowak & Partner Co. Ltd

Viotti, Paul R. dan Mark V. Kauppo. 1999. *International Relations Theory: Realism, Pluralism, Globalism and Beyond*. United States of America: Macmillan Publishing

Winarno, Budi. 2004. *Globalisasi Wujud Imperialisme Baru, Peran Negara dalam Pembangunan*, Yogyakarta: Tajidu Press

Tantri Raeghiezyana Lorenza Poetri, 2019, Implementasi Pengembangan Halal Tourism di Korea Selatan, Skripsi Universitas Unair Surabaya

Jurnal

Al Ansi, A., & Han, H. 2019. Role of Halal-Friendly Destination Performance, Value, satisfaction and trust in generating destination Image and Loyalty. *Journal of Destination Marketing and Management*

A.P Marlinda, B. Cipto, F. Al – Fadhat, dkk.. 2021. The Influence of Artificial Intelligence to Support Halal Tourism Policy in South Korea, *IOP Conference Series:Earth and Environmental Science*

Battourm M., & Ismail, M.N. 2016. *Halal Tourism:Concepts, Practises, Challenges and Future. Tourism Management Perspectives*, 19:150-154 <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015>

Marlinda, Ajeng Puspa et.al... 2021. *South Korea Halal Tourism Policy- The Primary of Demographic Changes and Regional Diplomacy. Academic Journal of Interdisciplinary Studies* 10 (3):253

Marlinda, Ajeng Puspa, Fariz Al – Fadhat. 2022. Halal Tourism as a Strategic Option for South Korea Tourism, *Journal of Islamic Marketing*

Marlinda, Ajeng Puspa, Bambang Cipto, Faris Al – Fadhat, DKK. 2021. *South Korea's Halal Tourism Policy – The Primary of Demographic Changes and Regional Diplomacy*, Richtmann Publishing Academic Journal of Interdisciplinary Studies Vol. 10 (3):253-163

Nizmi, Yusnarida Eka. 2020. *South Korea's Strategy in Improving Halal Tourism for Interesting Muslim Tourist. JOM Fisip* Vol. 7 Ed. II Juli – Desember 2020:1-11

Ritzer, George. 2007. *The Globalization of Nothing, University of Maryland:SAIS Review* Vol. XXIII No. 2 : 189-200

Shannaz Deniar & Tonny Dian Effendi. 2019. *Halal Food Diplomacy in Japan and South Korea, Journal of Scial and Political Sciences*, Vol. 2 (3):805-813

Satriana D. E,Hayyun D.F., 2018, Wisata Halal:Perkembangan, Peluang dan Tantangan (Halal Tourism:Development, Opportunities and Challenge) *Jurnal of Halal Product Research* 2:32-43

Satriana, Eka Dewi, Hayyun Durrotul Faridah. 2018. Wisata Halal:Perkembangan, Peluang dan Tantangan. *Journal of Halal Product and Research (JHPR)* Vol. 01 No. 02:32-43

Theresia Avila Rencidiptya Gitanati Firstantin. 2021. Perkembangan Wisata Halal di Korea Selatan (Studi Kasus Perspektif Masyarakat Indonesia di Korea Selatan), *JUMPA* Vol. 8 No. 1:259-277

Yuliawati, Elly dan Leni Marlina. 2019. Public Diplomacy:A Review of the Implications of Muslim Friendly Korea Campaign for Indonesia, Vol. 11:607-8

Website

Alfadillah. 2020. Kenalkan Wisata Halal, Korsel ajak Muslim Indonesia Liburan Virtual, sumber Kumparan Travel <https://kumparan.com/kumparantravel/kenalkan-wisata-halal-korsel-ajak-turis-muslim-indonesia-liburan-virtual-1uP1qhQ8OgE/full> diakses pada 29 Maret 2023

Ejkim, Over. 2022. *1 Million Muslim Tourist to Visit S. Korea this Year*, 2019 Yonhap News Agency sumber <https://en.yna.co.kr/view/AEN20190915000700320> diakses pada 28 Maret 2022

Henri Wallard, Yves Bardon. 2021. *South Korea 2021 Leading the Way: Resilience, Perspective & Innovations*, South Korea: IPSOS FLAIR Collection, Hal. 24 sumber <https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/publication/documents/2021-04/ipsosflair-SouthKorea-eng.pdf>

Hilda Ansariah Sabri. Korea Pasok Kosmetik Halal ke UEA. 2022. 12 September, sumber https://www.myjourneyindonesia.id/korea-pasok-kosmetik-halal-ke-uea/?utm_source=rss&utm_medium=rss&utm_campaign=korea-pasok-kosmetik-halal-ke-uea diakses pada 20 Desember 2022

Statistica Research Departement. 2022. *South Korea's Tourism Industry – Statistics & Facts*, sumber <https://www.statista.com/topics/4810/travel-and-tourism-industry-in-south-korea/#dossierKeyfigures> diakses pada 26 Februari 2022

Sakinah, Kiki. 2020. Korea Selatan Promosikan Restoran Halal di Youtube, sumber <https://sindikasi.republika.co.id/berita/qghgf4430/network>

Jessica Son. 2021. This is a best Prospect Industry Sector for this Country. Include a Market Overview and trade data, International Trade of Administration <https://www.trade.gov/country-commercial-guides/south-korea-travel-and-tourism> diakses 26 Februari 2022

Korea Tourism Organization (KTO), Korea Travel Fair. 2019. *Korea Travel Fair 2019 – Muslim Friendly Korea Festival*, sumber <https://www.visitkorea.or.id/article/korea-travel-fair-2019-muslim-friendly-korea-festival> diakses pada 26 Desember 2022

Korea Tourism Organization. 2022. Korea Mempererat Kerjasama Pariwisata dengan Indonesia melalui Konferensi G20, sumber <https://www.visitkorea.or.id/article/korea-mempererat-kerjasama-pariwisata-dengan-indonesia-melalui-konferensi-g20>

Martha Warta Silaban. 2021. Tempo.co, Cerita Ma'aruf Amin soal Pejabat Korea Selatan Aktif Promosi Produk Halal sumber https://bisnis.tempo.co/read/1540638/cerita-maruf-amin-soal-pejabat-korea-selatan-aktif-promosi-produk-halal?page_num=2

Noh, James. 2020. Korean Halal SMEs Strategy Shift under Covid19 Pandemic, Korean Institut of Halal Industry, Republic of Korea Hal. 5 sumber <https://isef.co.id/wp-content/uploads/2020/10/6.-PPT-JAMES-NOH.pdf>

Gowman, P. (2013, 13 Februari), Inspired by Nature – The Traditional Cosmetics of Korea, London Korea Sumber <https://londonkoreanlinks.net/2013/02/13/inspired-by-nature-the-traditional-cosmetics-of-korea/>