

## BAB IV

### KESIMPULAN

Pariwisata merupakan salah satu instrumen ekonomi yang mampu memberikan kontribusi terhadap kemakmuran sebuah negara. Pembangunan industri pariwisata mampu meningkatkan aktivitas bisnis yang bermanfaat ke berbagai aspek seperti ekonomi, sosial dan budaya yang signifikan bagi suatu negara. Jepang menyadari bahwa sektor pariwisata merupakan salah satu instrumen ekonomi yang sangat penting bagi negara tersebut. Menurut survei yang dilakukan oleh Kementerian Pertahanan, Infrastruktur, Transportasi dan Pariwisata Jepang, jumlah total konsumsi pariwisata domestik pada tahun 2000 adalah 22,6 Juta yen ( 180 miliar dolar Amerika ). Berbagai upaya telah dilakukan pemerintah Jepang untuk menaikkan jumlah wisatawan asing salah satunya melalui program *Yokoso! Japan weeks* yang dimulai dari tanggal 20 hingga 28 Februari 2007. Program tersebut berisi tentang segala jenis bentuk atraksi – atraksi unik di seluruh wilayah Jepang, diskon khusus pada setiap tempat – tempat perbelanjaan dan memaksimalkan penuh fasilitas perhotelan di sekitar tempat wisata. Sejak tahun 2009 – 2011, jumlah wisatawan asing yang berkunjung ke Jepang mengalami pasang – surut yang cukup signifikan. Puncaknya terjadi pada tahun 2011 ketika gempa bumi dan tsunami besar melanda negara tersebut menyebabkan kerusakan parah di sekitar daerah bencana. Ditambah lagi ancaman radiasi nuklir dari pembangkit listrik tenaga nuklir Fukushima Daiichi yang bocor pasca gempa besar yang dapat membahayakan bagi kesehatan manusia. Pada akhir tahun 2012 Jepang kembali dipimpin oleh Shinzo Abe sebagai perdana

menteri, berbagai upaya dilakukan pemerintah Jepang untuk meningkatkan jumlah wisatawan asing seperti kegiatan promosi diluar negeri, penggunaan budaya populer seperti animasi dan musik sebagai alat promosi pariwisata, kebijakan bebas visa wisata, kebijakan toko bebas pajak peningkatan fasilitas umum di Jepang, dan tidak ketinggalan pula organisasi non-pemerintah yang meningkatkan fasilitas bagi wisatawan Muslim.

Berbagai promosi yang berkaitan dengan pariwisata dilakukan oleh Organisasi Pariwisata Nasional Jepang (JNTO) yang membuka 15 kantor perwakilan di seluruh dunia dan setiap kantor perwakilan bertanggung jawab untuk mempromosikan pariwisata Jepang kepada warga di negara bersangkutan. Kantor perwakilan di Jakarta dan Malaysia mengadakan *Japan Travel Fair 2016* di kota Kasablanka pada tanggal bulan Oktober dan November 2016 yang bertujuan memperkenalkan semua daerah di Jepang yang bisa dikunjungi sepanjang tahun, memberikan informasi dengan harga terjangkau selama berwisata di Jepang, memberikan panduan untuk wisatawan muslim seperti letak masjid, hotel yang memiliki arah kiblat, hingga makanan halal yang bisa dikonsumsi.

Pada saat diputarkannya video promosi tuan rumah olimpiade 2020 Tokyo, diperlihatkan beberapa karakter animasi populer Jepang seperti *Doraemon*, *Hello Kitty*, *Tsubasa Ozora*, beberapa destinasi wisata terkenal di kota Tokyo seperti *Asakusa*, *Tokyo Tower*, *Tokyo Skytree*, dan *Rainbow Bridge*, serta tidak ketinggalan pula kemunculan Perdana Menteri Shinzo Abe di panggung menggunakan topi khas karakter *super Mario*. Organisasi Pariwisata Nasional

Jepang menerbitkan *Japan anime map* yang didalamnya terdapat informasi dan lokasi yang berhubungan dengan budaya populer Jepang seperti *Toei Animation Gallery* yang di dalamnya terdapat hasil produksi dari perusahaan *Toei* seperti tokoh superhero *kamen rider* dan kota Akihabara yang sangat terkenal di kalangan para *Otaku* (sebutan bagi orang yang teramat berdedikasi pada komik, animasi, *video game*, musik Jepang) di mana banyak toko yang menjual berbagai macam *action figure* dan *video game*. Selain itu Pemerintah Jepang melalui Kementerian Ekonomi, Perdagangan dan Industri bersama dengan Organisasi Pariwisata Nasional Jepang, *The Cool Japan Foundation*, *The Japan Trade Organization* (JETRO), *The Foundation for Promotion Music Industry and Culture* (PROMIC) dan perusahaan Isetan Mitsukoshi menyelenggarakan pekan Jepang (*Japan Week*) di Malaysia pada bulan November 2016, acara yang bertujuan untuk mempromosikan berbagai hal tentang Jepang tersebut terfokus pada tiga hal yaitu musik, komik dan pariwisata.

Mulai 1 oktober 2014, Pemerintah Jepang mengeluarkan kebijakan sistem toko bebas pajak. Semua item termasuk makanan, minuman, obat-obatan, kosmetik dan barang konsumsi lainnya telah dibebaskan dari pajak di 4000 toko yang ada di Jepang. Dalam rangka meningkatkan daya konsumsi belanja pariwisata Jepang, penyebaran informasi tentang toko bebas pajak dilaksanakan dibawah proyek *Visit Japan* di luar negeri seperti mendirikan *stand* informasi tentang manfaat berbelanja di Jepang dalam *big travel fair* di Taiwan pada bulan September 2014 dan penempatan iklan majalah dalam bentuk komik yang menjelaskan sistem bebas pajak dan memperkenalkan toko bebas pajak di Jepang.

Selain itu Pemerintah Jepang bekerjasama dengan perusahaan telekomunikasi terbesar Jepang NTT mendirikan setidaknya 4500 *wi-fi* gratis yang telah tersebar di wilayah timur Jepang, para pengunjung dapat mencari titik lokasi akses *wi-fi* dengan mengunduh aplikasi *navitime* di perangkat *android* dan *i-os* dan mendaftarkan diri untuk mendapatkan ID dan *password*. Akses *wi-fi* hanya berlaku untuk satu pengguna selama 14 hari (336 jam) atau dalam masa singgah sementara bagi turis asing.

Kini syarat-syarat yang diperlukan oleh para wisatawan asing yang datang ke Jepang pun semakin dipermudah oleh pemerintah Jepang. Sejak 1 Desember 2014, pemerintah Jepang telah mengambil langkah-langkah mengenai pembebasan Visa kepada 67 negara. Warga negara asing yang termasuk dalam 67 negara yang mendapatkan layanan bebas visa untuk memasuki Jepang yang hanya ditujukan kepada orang-orang yang datang untuk berwisata, perdagangan, konferensi, mengunjungi kerabat/kenalan dan lain-lain. Masa tinggal yang diberikan adalah 15 hari untuk warga negara Brunei Darussalam, Indonesia, Thailand dan 90 hari untuk 64 negara lainnya.

Pariwisata halal telah menjadi trend baru di Jepang dimana tidak hanya makanan dan minuman halal yang dicari, namun juga aspek-aspek lain seperti kosmetik, pakaian, obat-obatan dan paket wisata. Konsep Halal sudah mulai dibahas oleh banyak surat kabar dan beberapa stasiun Televisi lokal Jepang yang dengan khusus membuat berbagai program yang berkaitan tentang Islam, Muslim dan Halal di Jepang. Penambahan dan perbaikan fasilitas sarana masjid, makanan halal dan penambahan fasilitas-fasilitas penunjang untuk para wisatawan muslim

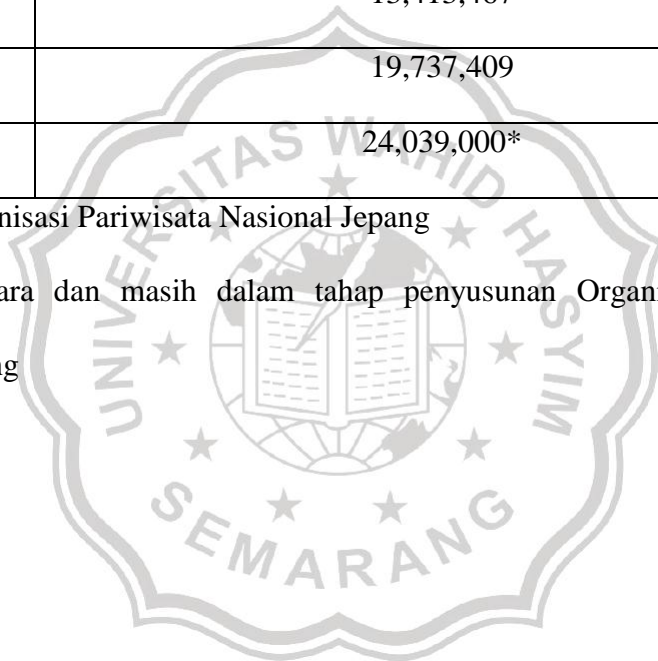
mulai dibangun oleh beberapa organisasi non-pemerintah dan kalangan pebisnis yang ingin menjadikan Jepang sebagai negara yang ramah kepada turis Muslim.

Data jumlah wisatawan asing yang berkunjung ke Jepang pada tahun 2013-2016

Tahun	Jumlah Wisatawan Asing
2013	10,363,904
2014	13,413,467
2015	19,737,409
2016	24,039,000*

Sumber : Organisasi Pariwisata Nasional Jepang

\*Data sementara dan masih dalam tahap penyusunan Organisasi Pariwisata Nasional Jepang



## DAFTAR ISTILAH DAN SINGKATAN

JETRO : *The Japan Trade Organization*

JHA : *Japan Halal Association*

JMA : *Japan Muslim Association*

JTB : *Japan Travel Bureau*

NTA : *Nippon Travel Agency*

NAHA : *Nippon Halal Association Asia*

PROMIC : *The Foundation for Promotion Music Industry and Culture*

*Honzon* : dewa tertentu yang disembah di Jepang

*Junrei soshi* : ziarah untuk mengunjungi kuil-kuil yang didirikan atau ditempatkan oleh aliran tertentu untuk tujuan menyembah pendirinya

*Kihin-Kai* : organisasi yang bersifat sukarela yang berkantor pusat di Tokyo, dibentuk untuk mempromosikan pariwisata asing

*Meiseki junrei* : ziarah untuk mengunjungi tempat-tempat terkenal, seperti tujuh kuil besar Nara atau dua puluh satu kuil dari sekte Nichiren

*Mitsui Zaibatsu* : *Mitsui Zaibatsu* didirikan oleh Takatoshi Mitsui (1622-1694).

Bisnis utama pada awal Mitsui adalah kain, keuangan, dan perdagangan yang kemudian berlanjut ke pertambangan.

*Okage-mairi* : istilah tersebut digunakan untuk menggambarkan ziarah secara besar-besaran untuk kuil agung Ise.

*Otaku* : sebutan bagi orang yang teramat berdedikasi pada komik, animasi, video game, musik Jepang

*Sankin kotai* : sistem tersebut mengharuskan pejabat daerah tinggal di Edo selama setahun dan kembali ke daerah asal mereka selama setahun.

*Sakoku* atau pengasingan nasional : Kebijakan ini telah dimulai pada tahun 1639 ketika pemerintah Tokugawa melarang agama Kristen yang pada saat itu dipercaya menjadi sebuah ancaman politik.

