

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **6.1. Kesimpulan**

Thailand dapat dengan baik memanfaatkan peluang sebagai Pusat Industri Halal Regional, perkembangan Industri Halal Thailand cukup menjanjikan untuk menjadikan Thailand sebagai pemain utama Pasar Halal melalui diplomasi publik pariwisatanya. Sebagai salah satu sektor yang berkontribusi dalam perkembangan Industri Halalnya, Thailand perlu meningkatkan citra pariwisata halalnya lebih baik agar dapat menarik jumlah wisatawan Muslim yang datang. Salah satu strategi yang dilakukan pemerintah dalam memberikan citra wisata ramah Muslim adalah dengan dilakukannya Diplomasi Publik. Hal ini diperlukan untuk memberi perspektif yang berbeda dengan citra Thailand sebagai negara yang liberal dan bebas. Melalui pendekatan teori Diplomasi Publik oleh Joseph Nye, pemerintah Thailand telah melakukan tiga dimensi Diplomasi Publik dalam mempromosikan negaranya sebagai negara Ramah Muslim dan membentuk perspektif masyarakat internasional terhadap layanan dan produk halal Thailand.

Melalui dimensi komunikasi sehari-hari, Thailand memanfaatkan media saluran berita Internasional NBT News di bawah naungan Departemen Hubungan Masyarakat Thailand dan laman berita resmi dalam mempublikasikan kebijakan berkaitan dengan Industri halalnya. Selain itu juga TAT yang aktif dalam media sosial dalam mempromosikan destinasi wisata ramah Muslim Thailand. Cara ini efektif dengan tersampainya berita yang dikeluarkan oleh Thailand ke pembaca Internasional. Pada dimensi Komunikasi Strategis, Pusat Riset Halal Universitas Chulalongkorn mengeluarkan aplikasi Halal Route untuk membantu wisatawan Muslim yang sedang berkunjung untuk mendapatkan layanan dan fasilitas halal Thailand, TAT juga berperan penting dalam mengeluarkan beberapa buku panduan khusus untuk wisatawan Muslim. Dimensi ini dapat dikatakan strategis dengan memudahkan wisatawan dalam menemukan destinasi dan fasilitas halal hanya

menggunakan satu aplikasi, selain itu, buku panduan yang dikeluarkan oleh TAT secara tidak langsung mempromosikan *action plan* IMT-GT *Working Group Tourism*. Lebih lanjut, langkah diplomasi Thailand melalui dimensi Hubungan Jangka panjang dengan negara-negara mayoritas Muslim seperti UEA, Malaysia, dan Indonesia, selain itu juga melakukan hubungan kerja sama trilateral IMT-GT yang memiliki visi untuk mengembangkan Industri Halal di ketiga negara. Dimensi ini cukup efektif bagi Thailand dalam mempromosikan negaranya sebagai negara ramah Muslim dengan meningkatnya kunjungan wisatawan negara-negara Muslim yang bekerja sama dengan Thailand.

Pariwisata sebagai pemain utama pertumbuhan ekonomi Thailand membuat Thailand harus dapat memenuhi kebutuhan dan menyediakan layanan wisata yang dibutuhkan oleh segala kalangan masyarakat, khususnya wisatawan Muslim yang memiliki syarat dan kriteria tersendiri dalam mengkonsumsi dan memilih destinasi wisata yang sesuai dengan syariat Islam. Jika dilihat dari pendekatan konsep pariwisata halal, Thailand telah berhasil mengembangkan infrastruktur wisata halal yang memenuhi kriteria yang dibutuhkan oleh wisatawan Muslim. Pertumbuhan sarana dan prasarana seperti restoran halal, hotel halal atau ramah Muslim, masjid, ruangan ibadah di tempat publik, hingga rute wisata yang menawarkan berbagai wisata religi juga telah disiapkan membuat Thailand berhasil memenuhi tanggung jawabnya sebagai negara destinasi pilihan wisatawan Muslim dalam menyediakan produk dan layanan halal sesuai dengan kebutuhan wisatawan.

Melalui pendekatan konsep Industri Halal, Thailand telah melakukan langkah strategis dalam memberikan kredibilitas Industri Halalnya melalui perkembangan sertifikasi halal pada seluruh layanan dan produk halalnya. Standarisasi ini dilakukan agar produk dan layanan halal Thailand sesuai dengan kaidah-kaidah Sehingga, pemerintah Thailand juga telah mengembangkan kebijakan dalam meningkatkan infrastruktur dan fasilitas wisata ramah Muslim, hal ini tentu saja dilakukan untuk menumbuhkan perspektif negara Thailand yang ramah pengunjung Muslim. Melalui kebijakan-kebijakan yang dibentuk oleh pemerintah, negara ini telah menunjukkan

komitmen seriusnya terhadap pengembangan Industri Halal sebagai bagian dari agenda pertumbuhan ekonomi nasionalnya. Pembentukan lembaga Komite Industri Halal Thailand, mengenalkan Pusat Industri Halal Thailand pada acara pameran makanan terbesar THAIFEX, hingga dibentuknya Koridor Ekonomi Halal di wilayah Thailand Selatan cukup memperlihatkan keseriusan Thailand dalam ambisinya menjadi Pusat Industri Halal Regional, hal ini juga menunjukkan sisi kompetitif Thailand dalam Pasar Halal Global dengan negara-negara non-Muslin lainnya yang juga tengah meningkatkan Industri Halalnya.

Diplomasi publik yang dilakukan oleh Thailand untuk memberikan citra baik terhadap pengunjung Muslim sebagai bentuk *soft power* yang dilakukan Thailand sejalan dengan pendekatan diplomasi publik dan *soft power* yang dikemukakan oleh Joseph Nye, dimana dilakukannya diplomasi publik sebagai *soft power* suatu negara ditujukan untuk mendapatkan hasil yang diinginkan, melalui kebijakan yang dibentuk oleh pemerintah dan informasi yang disebarluaskan melalui media menunjukkan hasil yang baik dimana pengunjung Muslim dengan signifikan terus bertambah sejak dibukanya kembali perjalanan pariwisata internasional pasca COVID.19.

## **6.2. Saran**

### **6.2.1. Saran Teoritis**

#### **a. Memperkuat konsep pariwisata halal**

Thailand menggunakan pariwisata dalam membentuk citra negaranya sebagai negara yang ramah Muslim, maka dari itu dibutuhkan penguatan implementasi konsep pariwisata halal di Thailand sebagai negara non-Muslim. Keterbatasan pemahaman konsep wisata halal oleh para aktor yang terlibat di dalamnya membuat Thailand harus dapat lebih dalam melibatkan pihak-pihak dari komunitas Muslim di seluruh wilayah Thailand, sehingga bukan hanya terfokus pada satu wilayah, namun pemahaman konsep pariwisata halal dapat dipahami oleh seluruh aktor yang terlibat.

**b. Memperkuat peran negara non-Muslim dalam Pasar Halal Global**

Penelitian ini membuka ruang untuk penelitian lanjutan mengenai peran negara non-Muslim dalam ekosistem Payscale Halal Global, terutama negara non-Muslim yang memiliki tujuan sebagai Pusat Industri Halal Global. Sebagai negara non-Muslim yang memiliki tujuan sebagai pemain utama pada perkembangan Pasar Halal Global, studi mengenai perkembangan Industri Halal Thailand dapat dibandingkan dengan perkembangan negara non-Muslim lainnya seperti Korea Selatan, Jepang, atau Singapura yang juga tengah meningkatkan perkembangan sektor halalnya.

**6.2.2. Saran Praktis**

**a. Memperkuat kerja sama pariwisata halal dengan negara-negara mayoritas Muslim**

Thailand telah banyak melakukan kerja sama dengan beberapa negara mayoritas Muslim seperti Malaysia, Indonesia, dan Uni Emirat Arab. Namun, agar dapat lebih memperkuat dan memperluas pengembangan Industri Halalnya, kerja sama dengan negara-negara mayoritas Muslim seperti OKI diperlukan sebagai dukungan besar Thailand dalam meningkatkan pertumbuhan Pasar Halal Globalnya dan memiliki jangkauan lebih luas dalam mempromosikan kebijakan wisata halal ke negara-negara mayoritas Muslim lainnya.

**b. Meningkatkan SDM melalui pelatihan dan sertifikasi halal**

Salah satu tantangan yang dihadapi oleh Thailand adalah kurangnya sumber daya manusia yang memahami konsep dari halal, terutama bagi para pelaku bisnis yang langsung bersinggungan dengan pariwisata. Sehingga dibutuhkan pelatihan dalam meningkatkan keterampilan pelaku usaha wisata dalam memahami konsep wisata halal.

**c. Memperluas promosi destinasi wisata halal**

Destinasi wisata halal Thailand saat ini hanya berpusat di wilayah Thailand Selatan dan kota-kota besar seperti Bangkok dan Chiang Mai. Tentu saja ini

menunjukkan tidak meratanya perkembangan destinasi wisata halal Thailand secara keseluruhan. Maka dari itu dibutuhkan kebijakan untuk memperluas jangkauan destinasi pilihan wisata halal Thailand agar pertumbuhan Industri Halal dapat diterima oleh seluruh masyarakat Thailand.