
PERKEMBANGAN FASILITAS WISATA RAMAH MUSLIM DI KOREA SELATAN

Somadi¹

¹⁾ Bahasa Korea, Fakultas Bahasa dan Sastra, Universitas Nasional, Jakarta
somadi.sosrohadi@civitas.unas.ac.id

ABSTRAK

Saat ini, Korea Selatan menjadi salah satu negara yang mengalami kemajuan pariwisata yang pesat. Tingginya minat berwisata ke Korea Selatan tidak terlepas dari pengaruh budaya pop Korea yang merebak ke berbagai negara, tidak terkecuali ke negara-negara dengan penduduk bermayoritas muslim. Dengan tingginya minat kunjung wisatawan muslim membuat pemerintah Korea Selatan gencar menawarkan pariwisata ramah muslimnya selain itu karena peningkatan inilah yang membuat pemerintah Korea Selatan dibantu oleh KTO (Korea Tourism Organization) dan KMF (Korea Muslim Federation) mulai mengembangkan layanan dan fasilitas untuk wisatawan muslim yang berwisata ke Korea Selatan. Ketersediaan berbagai tempat ibadah juga tempat makan yang menyediakan makanan dan minuman halal bagi wisatawan muslim menjadi bukti nyata dari keseriusan pemerintah Korea Selatan dalam mempromosikan negaranya melalui pariwisata berbasis ramah muslim. Adapun penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perkembangan fasilitas wisata ramah muslim di Korea Selatan serta pengaruh budaya populer Korea terhadap minat kunjung para wisatawan muslim ke Korea Selatan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwasannya upaya yang dilakukan pemerintah Korea Selatan dalam mengembangkan konsep wisata ramah muslim di Korea Selatan sudah cukup efektif dalam meningkatkan kenyamanan serta kebutuhan wisatawan muslim saat berwisata melalui promosi-promosi budaya yang diselenggarakan pemerintah Korea Selatan.

Kata Kunci : Wisata ramah muslim, budaya pop Korea, wisatawan muslim, fasilitas ramah muslim

ABSTRACT

Currently, South Korea is one of the countries experiencing rapid tourism progress. The high interest in traveling to South Korea cannot be separated from the influence of Korean pop culture which has spread to various countries, including countries with Muslim majority populations. With the high interest in visiting Muslim tourists, the South Korean government is aggressively offering Muslim-friendly tourism. In addition, because of this increase, the South Korean government, assisted by the KTO (Korea Tourism Organization) and KMF (Korea Muslim Federation), began to develop services and facilities for Muslim tourists who travel to South Korea. The availability of various places of worship as well as eating places that provide halal food and drinks for Muslim tourists is clear evidence of the seriousness of the South Korean government in promoting its country through Muslim-friendly tourism. This research aims to determine the development of Muslim-friendly tourism facilities in South Korea as well as the influence of Korean popular culture on the interest of Muslim tourists to visit South Korea. The method used in this research is descriptive qualitative. The results of this research show that the efforts made by the South Korean government in developing the concept of Muslim-friendly tourism in South Korea have been quite effective in increasing the comfort and needs of Muslim tourists when traveling through cultural promotions organized by the South Korean government.

Keywords: Muslim friendly tourism, Korean pop culture, Muslim tourists, Muslim friendly facilities

PENDAHULUAN

Berwisata merupakan kebutuhan manusia yang terkadang perlu dipenuhi. Selain dapat memberikan penyegaran terhadap otak serta tubuh, berwisata juga dapat memberikan manfaat serta pengalaman baru dari tempat yang dikunjungi. Setiap negara berlomba melakukan pembangunan masif yang menitikberatkan pada pariwisatanya, salah satu contohnya adalah negara Korea Selatan.

Sebagai salah satu negara maju di Asia Timur, pemerintah Korea Selatan gencar menarik para wisatawan, baik domestik maupun mancanegara dengan berbagai destinasi wisatanya yang beragam. Pariwisata sendiri merupakan salah satu sektor strategis yang menyumbang pendapatan nasional (Kusumanigrum, dkk., 2017 : 855).

Tingkatan pertumbuhan pariwisata sangatlah spesifik terjadi. Perkembangan ini sangat ditajamkan karena ada daya saing dalam industri pariwisata internasional, tak terkecuali Korea selatan (May, dkk., 2020 : 157).

Korea Selatan mempunyai sebuah organisasi yang bergerak dibidang Pariwisata yaitu Korea Tourism Organization (KTO). KTO didirikan pada tahun 1962 sebagai perusahaan yang diinvestasikan pemerintah yang bertanggung jawab untuk mempromosikan industri pariwisata. (Rianti, 2019 : 2)

Menurut data Korea Tourism Organisation pada tahun 2019, jumlah wisatawan asing yang berkunjung ke Korea mencapai 17.5 juta wisatawan. Angka ini merupakan angka tertinggi melampaui capaian angka tertinggi di tahun 2016 sebanyak 17.24 juta wisatawan. Dari peningkatan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Korea Selatan, tercatat ada 248 ribu wisatawan Indonesia yang berkunjung dan meningkat sebanyak 12% pada tahun 2019.

Wisatawan muslim yang berkunjung ke Korea Selatan juga mengalami peningkatan secara signifikan sejak tahun 2016, dan pemerintah Korea Selatan mulai gencar mengembangkan program-program wisata halal yang ramah bagi wisatawan muslim. Hal ini tentunya sangat menarik dan membantu bagi para wisatawan, pelajar, maupun pekerja migran muslim untuk berkunjung maupun tinggal di Korea Selatan (Firstatin & Hasanah, 2021 : 260).

Tahun 2015 KTO mempromosikan wisata ramah muslimnya melalui acara International Islamic Expo di Jakarta. Lalu pada tahun 2016 KTO mengeluarkan sebuah program “Halal Restaurant Week”. Program ini dibuat KTO memberikan kupon diskon pada awal program Halal Restaurant Week dilaksanakan dengan cara membagi-bagikan kupon secara langsung di Bandara Internasional Incheon, Itaewon, dan tempat-tempat lainnya (Rianti, 2019:7-8). Korea telah menghasilkan panduan makanan muslim yang mencantumkan 118 restoran yang dinilai menurut keramahan muslim dengan yang disahkan halal oleh Federasi Muslim Korea peringkat tertinggi (Henderson, 2016).

Tak hanya restoran ramah muslim, di Korea juga terdapat fasilitas lainnya seperti masjid. Terdapat beberapa masjid, di antaranya adalah Seoul Central Mosque yang merupakan masjid terbesar dan tertua yang berada di Korea. Masjid ini diresmikan pada tanggal 21 Mei 1976 diatas tanah seluas 5.000 m2. Terdapat juga masjid Sayyidina Bilal di Changwon dan masjid Siratal Mustaqim di Ansan, yang merupakan inisiasi dari para warga negara Indonesia (WNI) yang beragama Islam dan menetap di Korea (Rianti, 2019 : 8).

Suatu industri pariwisata harus memperhatikan beberapa aspek gaya hidup halal seorang muslim. Yaitu makanan di restoran halal, akomodasi halal yang meliputi hotel atau resor yang halal. Pengertian lain dalam hotel halal adalah perlengkapannya yaitu penunjuk kiblat, barang-barang yang terhindar dari barang haram seperti bekas babi atau alkohol. Selain itu juga transportasi yang bersifat halal. Fasilitas halal dengan dilengkapi tempat beribadah atau musholla di setiap hotel, bandara atau tempat-tempat umum lainnya. Pun juga fashion halal, maksudnya adalah tempat perbelanjaan yang menjual pakaian-pakaian sesuai standar muslim. Selain kelengkapan pribadi, calon wisatawan muslim juga membutuhkan atraksi, tontonan, atau hiburan yang tidak mengandung hal-hal yang mengingkari tabiat seorang muslim (May, dkk., 2020 : 158).

Banyak aspek kehidupan Muslim diatur oleh Hukum Syariah yang berasal dari kitab suci Al-Qur'an dan Sunnah dalam buku-buku Hadits yang menggambarkan kehidupan dan ajaran Nabi Muhammad. Perbuatan dan

benda-benda yang dibolehkan digolongkan halal sedangkan yang haram adalah yang dianggap tidak dapat diterima (Henderson, 2016).

Pemerintah Korea menyadari pentingnya sarana ibadah umat muslim termasuk masjid. Di Korea Selatan terdapat 8 masjid yakni Masjid Pusat Seoul, Masjid Busan, Masjid Gwangju, Masjid Jeonju, Masjid Anyang, Masjid Bupyeong, Masjid Gyeonggi, dan yang terakhir adalah Masjid Ansan. Selain masjid, ada beberapa tempat yang menawarkan fasilitas muslim friendly seperti tempat perbelanjaan (COEX Mall) dan taman bermain (Lotte World).

Untuk bandara, saat ini yang telah menyediakan fasilitas muslim *friendly* hanyalah Bandara Internasional Incheon dan Bandara Internasional Gimhae. Fasilitas muslim friendly disini merujuk pada ketersediaan tempat untuk beribadah dan adanya restoran yang menjual makanan halal di dalam bandara (Kusumaningrum, dkk, 2017 : 861).

Korea Selatan merupakan salah satu negara yang menarik dibahas jika berkaitan dengan sektor pariwisatanya. Di Indonesia sendiri pariwisata Korea kian diminati didorong oleh betapa digandrunginya budaya populer asal Korea di Indonesia. Melalui budaya yang terus menerus berkembang membuat para penggemar penasaran dan ingin mengunjungi Korea secara langsung untuk mengetahui tempat- tempat yang diperlihatkan dalam berbagai budaya populer Korea seperti K-pop dan K- drama. Korea melalui KTO menjadikan Indonesia sebagai target promosi kebudayaan dan pariwisata. Tindakan tersebut diperkuat dengan didirikannya KTO di Indonesia (Rianti, 2019 : 4).

Budaya di Korea Selatan Sejak tahun 2000-an, paradigma pembangunan perkotaan di Seoul telah berubah dengan cepat dari pembangunan yang masih berupa rumah jaman dulu pada masanya sekarang telah sedikit demi sedikit mulai diubah tapi tanpa menghilangkan budaya. Di mana Pemerintah Metropolitan Seoul dengan tajam mengejar strategi ini untuk mempromosikan Seoul sebagai kota global yang memihak industri kreatif, kelas kreatif, dan keanekaragaman budaya. Dari situlah mereka membangun industri kreatif berupa film maupun drama.

Pariwisata Korea Selatan juga meningkat pesat dengan meluasnya hallyu di dunia. Drama, film dan video klip yang mengambil latar daerah-daerah di Korea kini menjadi destinasi wisata utama di Korea. Sebagai contoh, drama yang populer dengan judul Winter Sonata dalam beberapa adegannya mengambil tempat di Pulau Nami. Sekarang Pulau Nami menjadi destinasi wisata yang terkenal dan merupakan salah satu destinasi wajib bagi wisatawan asing yang berkunjung ke Seoul.

Jenis-jenis wisata yang disajikan oleh pemerintah Korea dan pemangku kepentingan disana juga semakin beragam (Asrori & Supridianto, 2019 : 77).

Perkembangan pariwisata di Korea Selatan akhir-akhir ini memang menjadi pusat perhatian bagi para wisatawan, baik wisatawan lokal maupun mancanegara. Para wisatawan yang datang berwisata juga berasal dari daerah, negara, ras, budaya dan agama yang berbeda-beda. Wisatawan muslim saat ini menjadi target pasar bagi industri pariwisata Internasional salah satunya Korea Selatan. Dengan meningkatnya wisatawan muslim yang berwisata ke Korea Selatan, saat ini Korea Selatan menjadi salah satu negara yang mengembangkan konsep wisata yang ramah muslim. Pemerintah Korea Selatan pun berusaha untuk memberikan fasilitas-fasilitas yang diperlukan bagi para wisatawan muslim agar merasa nyaman saat berwisata ke Korea Selatan, salah satunya yaitu fasilitas ruang ibadah atau masjid dan restoran bersertifikat halal.

Dari penjelasan di atas penulis akan membahas tentang “Perkembangan Fasilitas Wisata Ramah Muslim di Korea Selatan”

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Menurut Sugiyono (2016:9) metode deskriptif kualitatif adalah metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat postpositivisme digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci teknik pengumpulan data dilakukan secara trigulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif atau kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.

Penelitian deskriptif kualitatif bertujuan untuk menggambarkan, melukiskan, menerangkan, menjelaskan dan menjawab secara lebih rinci permasalahan yang akan diteliti dengan mempelajari semaksimal mungkin seorang individu, suatu kelompok atau suatu kejadian. Dalam penelitian kualitatif, manusia merupakan instrumen penelitian dan hasil penulisannya berupa kata-kata atau pernyataan yang sesuai dengan keadaan sebenarnya. Penulis melihat metode ini akan membantu penulis dalam menjelaskan tentang “Perkembangan Destinasi Wisata Ramah Muslim Berbasis Budaya di Korea Selatan.”

HASIL PENELITIAN

Tingginya minat kunjung wisata ke Korea Selatan membuat pemerintah Korea Selatan melakukan serangkaian program demi meningkatkan kualitas wisata serta mempertahankan nilai kunjung wisatawan yang meningkat. Serangkaian program tersebut salah satunya adalah mempromosikan berbagai makanan Korea dan yang paling sukses adalah promosi budaya popularnya yang biasa disebut budaya hallyu.

Seperti yang sudah diketahui bahwa budaya hallyu menjadi sebuah tren, baik di kalangan remaja, dewasa, dan orangtua. Promosi melalui budaya hallyu dalam meningkatkan pariwisata Korea Selatan terbilang cukup efektif dikarenakan antusias orang-orang sangat tinggi terhadap budaya hallyu sehingga hal tersebut mempengaruhi mereka untuk berkunjung atau melakukan perjalanan wisata ke Korea Selatan. Fenomena budaya hallyu merupakan bentuk nyata dari globalisasi budaya yang mempengaruhi perkembangan pariwisata Korea Selatan.

Promosi-promosi tersebutlah yang membuat para wisatawan asing maupun lokal tertarik untuk mengunjungi Korea Selatan. Bahkan promosi tersebut juga meningkatkan nilai kunjung wisatawan muslim yang berkunjung ke negeri Gingseng tersebut. Peningkatan minat kunjung wisatawan muslim ini membuat pemerintah Korea Selatan menerapkan konsep wisata ramah muslim pada pariwisata di Korea Selatan, yang bertujuan agar para wisatawan muslim dapat merasa nyaman ketika berwisata dan melakukan perjalanan ke Korea Selatan.

Peningkatan wisata ramah muslim di Korea Selatan bisa terlihat dari meningkatnya fasilitas dan layanan bagi para wisatawan muslim yang disediakan oleh pemerintah Korea Selatan. Bukti nyata dari peningkatan tersebut adalah sudah cukup banyak masjid atau tempat ruang ibadah yang disediakan oleh pemerintah bagi para wisatawan muslim ataupun para muslim yang tinggal di Korea Selatan. Selain itu, melalui KTO, pemerintah Korea Selatan juga gencar dalam mempromosikan makanan halal melalui acara “Halal Restaurant Week” yang diadakan setiap tahunnya. Promosi ini terbilang cukup efektif dikarenakan hampir sebagian wisatawan yang berkunjung ke Korea Selatan adalah muslim yang pada dasarnya memang merupakan target utama audiens acara tersebut. Nilai tambah dari acara

“Halal Restaurant Week”, meskipun target audiens acara ini adalah wisatawan muslim, tetapi acara ini juga terbuka untuk umum. Hal itu sekaligus mempromosikan makanan halal kepada orang-orang selain wisatawan muslim dan membuat lebih banyak orang tertarik dan tahu dengan makanan halal.

Upaya lain yang dilakukan pemerintah Korea Selatan adalah memperluas rumah makan halal yang berada di setiap destinasi wisata di Korea Selatan agar para wisatawan muslim bisa dengan tenang dalam mengonsumsi makanan saat berwisata ke Korea Selatan. Rumah makan halal yang berada di Korea Selatan mempunyai sertifikat halal jadi para wisatawan muslim tidak perlu bingung dalam mencari restoran halal di Korea Selatan. Sertifikat rumah makan halal ini dibagi ke dalam empat kategori yaitu “Halal certified, Muslim friendly, Self certified dan Pork free.” Sertifikasi halal ini diurus dan disetujui langsung oleh badan organisasi KMF atau Korea Muslim Federation. Jadi para wisatawan muslim tidak perlu lagi mempertanyakan kehalalan rumah makan tersebut dan perlunya memperhatikan label halal ketika ingin makan di restoran Korea Selatan ini agar terhindar dari larangan syariat Islam.

Adanya upaya-upaya yang dilakukan oleh Pemerintah Korea Selatan dalam mengembangkan destinasi pariwisata ramah muslim agar terciptanya ruang yang nyaman bagi para wisatawan muslim yang berwisata ke Korea Selatan juga tanpa membuat wisatawan yang beragama lain terganggu. Maka, dapat

dikatakan bahwa upaya yang dilakukan pemerintah Korea Selatan dalam perkembangan fasilitas wisata ramah muslim di Korea Selatan dan layanan yang disediakan serta promosi makanan halal dan budaya populernya untuk meningkatkan motivasi minat kunjung para wisatawan muslim maupun non-muslim ke Korea Selatan sudah cukup efektif.

PEMBAHASAN

Korea Selatan menjadi salah satu destinasi liburan yang popularitasnya meroket beberapa tahun tahun belakangan ini. Pada tahun 2012, wisatawan yang berkunjung ke Korea Selatan mencapai 11,1 juta orang dan membuatnya masuk kedalam daftar 20 negara yang paling banyak dikunjungi di dunia. Sebagai destinasi wisata, Korea Selatan memiliki banyak hal menarik untuk ditawarkan, yakni meliputi situs wisata alam, tradisi dan budaya yang kental, serta produk-produk budaya populer yang fenomenal (Wisata di Korea Selatan, 2020). Cooper, et al. (1993) dalam (Suwena & Widyatmaja, 2017) menyebutkan empat komponen terkait karakteristik tempat yang perlu dimiliki oleh suatu destinasi objek untuk dapat mendukung kegiatan pariwisata, yaitu (1) atraksi, yaitu hal menarik yang tidak dapat ditemukan dalam kehidupan sehari-hari. Atraksi atau daya tarik wisata alam seperti pantai, gunung, flora dan fauna, dan lain-lain; daya tarik wisata budaya seperti upacara ritual, seni pertunjukan, hingga keunikan kehidupan sehari-hari masyarakat; dan daya tarik wisata minat khusus yang terkait dengan hobi pengunjung seperti berbelanja, olahraga, dan penyegaran badan; (2) fasilitas, yaitu keberadaan sarana dan prasarana yang diperlukan selama wisatawan berada di destinasi wisata. Fasilitas ini meliputi tempat menginap atau akomodasi, tempat makan, serta transportasi dan agen perjalanan; (3) Aksesibilitas, yaitu fasilitas untuk mencapai tujuan wisata seperti bandara, pelabuhan, terminal, dan jasa transportasi. (4) pelayanan tambahan, yaitu fasilitas pelengkap yang sebaiknya disediakan oleh pemerintah daerah tujuan wisata, seperti pelayanan informasi, pemasaran, pembangunan fisik (Puspita Rani, Fitriana, dkk., 2020 : 477).

Banyaknya jenis pariwisata yang terdapat di negeri ginseng ini dan tidak terdapat di negara-negara lain menjadi daya tarik bagi turis asing. Jenis-jenis pariwisata yang ada di negara ini antara lain Seasonal tourism meliputi festival-festival yang diadakan pada musim semi, musim gugur, musim dingin dan musim panas. Cultural tourism meliputi museum-museum seperti the National Museum of Korea serta bangunan-bangunan yang telah masuk ke dalam daftar warisan budaya dunia UNESCO. Educational Tourism seperti program khusus belajar bahasa Korea dan program pelatihan Taekwondo bagi wisatawan Internasional. Recuperational Tourism bagi wisatawan Internasional yang ingin berpariwisata sekaligus menyembuhkan penyakit dan Natural Tourism yang meliputi pantai, laut, pegunungan, dan pulau-pulau indah seperti pulau Jeju dan Ulleungdo (Pramita & Harto, 2016 : 5).

Sejak tahun 2010 hallyu tidak lagi muncul sebagai fenomena budaya di kawasan Asia Timur dan Asia Tenggara. Penyebarannya telah mencakup seluruh Asia, Eropa, Australia, Afrika Barat hingga Amerika. Luasnya penyebaran hallyu dipengaruhi oleh beberapa faktor pendukung, diantaranya; aktor yang terlibat, kebijakan kebudayaan yang ditetapkan oleh pemerintah, strategi penyebaran melalui media massa. Pertama, keterlibatan para aktor yang bertanggung jawab atas penyebaran hallyu. Terdapat beberapa aktor utama yang terlibat dalam proses penyebaran hallyu, diantaranya; pemerintah, pihak swasta (chaebol) dan grup idola. Para aktor tersebut memiliki peranan penting di bidangnya masing-masing. Pemerintah dalam hal ini berperan sebagai pengawas dan pendukung penyebaran hallyu. Badan pemerintah yang bertanggung jawab atas hal ini adalah Kementerian Budaya, Olahraga dan Pariwisata Korea Selatan atau Ministry of Culture, Sports and Tourism (MCST). MCST terdiri dari banyak departemen yang beberapa diantaranya bertanggung jawab atas penyebaran kebudayaan, seperti; Korea Creative Content Agency (KOCCA), Korean Tourism Organization dan Korea Foundation for International Cultural Exchange (KOFICE) (Chartika Sari & Jamaan, 2014 : 5).

Artis hallyu dan selebriti sering ditampilkan sebagai citra promosi negara untuk menarik lebih banyak wisatawan. Contohnya,

KTO telah menggunakan strategi ini selama beberapa tahun terakhir, termasuk tindakan yang relevan dalam iklan promosinya dan menunjuk mereka sebagai duta pariwisata di Korea Selatan. Contohnya adalah Im Yoon Ah dari Girls Generation (2019), EXO (2018), Lee Jong Suk (2017) dan Song Joong Ki (2016). Sejak 2017, Organisasi Pariwisata Seoul telah memasukkan BTS dalam kegiatan promosi mereka, menjadikan mereka citra utama Seoul. Boy grup ini telah muncul di semua tempat komersial sejak itu dan juga menjadi gambar utama untuk promosi di pameran pariwisata internasional seperti Fitur di Madrid (Barros, 2019:6).

Pesatnya perkembangan industri pariwisata di Korea Selatan sedang melejit. Empat tahun terakhir muncul gagasan baru, yaitu "Halal Travel". Halal travel ini merupakan hal baru dalam industri pariwisata karena tidak lain target pemasaran adalah masyarakat muslim. Perihal yang menjadi tunjukkan adalah pada kuliner halal, destinasi, kesediaan masjid, dan sebagainya (May, dkk, 2020 : 155).

Konsep wisata religi menurut Rinschede (1992) diidentikkan dengan jenis wisata yang didorong oleh alasan religi. Bentuk wisata religi mungkin merupakan bentuk wisata tertua (Sigaux 1996; Vukonic, 1996). Dogan (2011) mengusulkan konsep yang berbeda bahwa pariwisata islam mencakup kegiatan yang dilakukan oleh wisatawan muslim di tujuan wisata untuk tujuan relaksasi dan hiburan, yang disajikan oleh perusahaan perhotelan yang menerapkan prinsip-prinsip Islam. Prinsip-prinsip tersebut meliputi penerapan konsep halal dalam setiap perjalanan wisata yang dikelola atau dikenal dengan istilah halal atau wisata halal (Junaidi, 2019 : 1756).

Nurkholis memaparkan (2009) seorang muslim diwajibkan untuk mendapatkan keuntungan dari aktivitas yang halal dan menghindari hal-hal yang diharamkan agama. Secara penggabungan kata, pengertian dari pariwisata halal adalah pariwisata yang melayani liburan dengan menyesuaikan gaya liburan sesuai kebutuhan dan permintaan wisatawan muslim. Dalam hal ini, kebutuhan dan permintaan yang dapat dikonsumsi sesuai perintah ajaran agama Islam seperti makanan dan minuman (Qurrota Ayun, dkk, 2018 : 159)

Kemajuan wisata halal di Korea Selatan saat ini tidak perlu diragukan lagi. Keberadaan fasilitas beribadah bagi masyarakat dan wisatawan muslim di Korea Selatan tentunya cukup penting mengingat jumlah wisatawan, pelajar dan pekerja migran di Korea Selatan meningkat. Namun dikatakan oleh orang-orang muslim yang tinggal di sana bahwa tidaklah wajib atau dapat ditoleransi pula jika jumlah fasilitas tempat ibadah bagi masyarakat muslim jumlahnya tidak sebanyak di Indonesia. Hal ini dikarenakan, masyarakat Korea Selatan sendiri beragama Budha dan Atheis, dan hanya ada beberapa masyarakat Korea Selatan saja yang muslim. Jumlah fasilitas beribadah seperti mushola dan masjid di Korea Selatan yang cukup memadai dan sebanding dengan jumlah masyarakat muslim di Korea Selatan dinilai sudah cukup baik (Firstantin & Hasanah 2021 : 264).

Wisata halal mengedepankan produk-produk halal dan aman untuk dikonsumsi wisatawan muslim. Namun, bukan berarti wisatawan non-muslim tidak bisa menikmati wisata halal.

KESIMPULAN DAN SARAN

Fenomena budaya hallyu merupakan bentuk nyata dari globalisasi budaya yang mempengaruhi perkembangan pariwisata Korea Selatan. Promosi-promosi tersebutlah yang membuat para wisatawan asing maupun lokal tertarik untuk mengunjungi Korea Selatan.

Korea Selatan telah memiliki sertifikasi halal yang dikeluarkan oleh the Halal Commission of Korea Muslim Federation (KMF). Restoran harus memiliki sertifikat makanan halal dan mempekerjakan setidaknya satu operator atau juru masak muslim. Lalu self certified, untuk mendapatkan label ini diperlukan beberapa syarat diantara persyaratan tersebut yaitu restoran harus mempekerjakan setidaknya satu juru masak muslim, restoran tidak menjual minuman beralkohol, restoran hanya menggunakan bahan baku (termasuk daging) halal, restoran memisahkan penyimpanan daging halal dari bahan lainnya, restoran tidak menyimpan daging babi, minuman beralkohol, dan daging non-halal lainnya, restoran dilarang memasak dengan minuman keras, restoran dilarang menyimpan minuman beralkohol di dapur,

restoran harus menunjukkan makanan halal apa saja yang tersedia (di pintu masuk atau di menu). Muslim friendly, beberapa persyaratan pada kategori label ini ialah restoran harus menggunakan bahan baku halal (termasuk daging) secara sebagian atau seluruhnya, restoran harus menyimpan daging halal secara terpisah dari bahan lainnya (kecuali sayuran dan hidangan laut), restoran dilarang mempromosikan hidangan daging babi sebagai menu khas.

Dengan perkembangan wisata ramah muslim di Korea Selatan ini, fasilitas ruang ibadah, Restoran halal maupun destinasi wisata saat ini sangat mudah untuk diakses karena jarak yang berdekatan sehingga dapat memudahkan para wisatawan dalam berwisata tanpa meninggalkan kewajibannya.

Saran

Wisata ramah muslim merupakan salah satu objek penelitian yang menarik untuk diamati dan diteliti lebih lanjut. Penulis sadar bahwa penelitian perkembangan fasilitas wisata ramah muslim di Korea Selatan masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis menyadari bahwa terdapat kekurangan dalam penelitian ini, salah satunya adalah sumber data yang disajikan pada penelitian ini masih terbilang belum terbarukan. Hal ini dikarenakan data terbaru sulit didapatkan karena pandemi Corona Virus yang melanda hampir di semua negara, sehingga tidak adanya aktivitas berwisata selama pandemi. Penulis berharap terhadap penelitian selanjutnya untuk lebih mempertimbangkan ketersediaan data terbaru untuk memperkuat hasil penelitian dan juga bisa mendapatkan hasil penelitian yang lebih bagus lagi dari penelitian sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Asrori, Yuni Wachid. & Supriyanto. (2019). Hallyu dan Pengaruhnya pada Perkembangan Objek Wisata Tematik Korea Selatan. *Jurnal Pariwisata Terapan*, Vol. 3, No. 1, 2019: h.77-79.
- Barros, Maria Teresa Ogando. 2019. *The Hallyu Wave and tourism in South Korea*: h.6.
- F A, May., dkk. 2020. *Wisata Halal Trend Baru Industri Pariwisata Korea Selatan*.
- Henderson, Joan C. 2016. *Muslim travellers, Tourism Industry Responses and the*

Case of Japan. Tourism Recreation Research.

Junaidi, J. 2019. *Halal-Friendly Tourism and Factors Influencing Halal Tourism*.

Putri Aristyani. & Tulus Yuniasih. 2021. *Diplomasi Publik Korea Tourism Organization (KTO) Terhadap Indonesia Pada Sektor Pariwisata Tahun 2018-2019*. h. 87-90.

Qurrota Ayun, Primada., dkk. 2018. *Praktik Public Relations di Era Disruptif. IPRC dan Galuh Patria*: h. 156-157-159.

Rianti. 2019. *Upaya Korea Tourism Organization (KTO) dalam Mempromosikan Pariwisata Korea di Indonesia. JOM FISIP Vol. 6: Edisi I Januari – Juni 2019*: h.8.