

Komodifikasi muslim friendly tourism sebagai upaya promosi pariwisata Kota Kyoto terhadap wisatawan muslim = Commodification of muslim friendly tourism as Kyoto City tourism promotion towards muslim tourists

Silvana Yuliani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20482954&lokasi=lokal>

Abstrak

Jumlah wisatawan Muslim yang datang ke Jepang semakin bertambah. Faktor pendorongnya adalah kebijakan bebas visa, meningkatnya jumlah fasilitas ruang sholat dan menu makanan halal, depresiasi yen yang berkaitan erat dengan biaya perjalanan murah, serta deflasi Jepang yang menyebabkan harga barang-barang cenderung stabil. Kyoto salah satu kota di Jepang yang giat menjadikan kotanya sebagai Muslim friendly city dengan menyediakan ruangan sholat, restoran halal, hotel ramah Muslim yang tersebar di beberapa lokasi. Namun konsep wisata ramah Muslim menjadi sesuatu yang dikomodifikasi sedemikian rupa untuk meraih keuntungan sebesar-besarnya.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis deskriptif eksploratif yang bertujuan memberikan gambaran potensi Kyoto sebagai kota tujuan wisata halal serta mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi implementasi Muslim Friendly Tourism (MFT) untuk mendapatkan gambaran yang faktual dan akurat mengenai kecenderungan munculnya praktik-praktik komodifikasi MFT. Konsep teori yang dijadikan alat analisis untuk menghasilkan kesimpulan adalah kerangka konsep MFT oleh COMCEC dan teori komodifikasi oleh Cohen.

Hasil penelitian didapatkan pertama, faktor-faktor yang memperkuat potensi Kyoto sebagai kota wisata adalah keunggulan kompetitif berupa Sumber Daya Manusianya yang kreatif dan inovatif serta keunggulan komparatif berupa lanskap kota kuno dan bentang alam yang indah. Kedua, implementasi MFT di Kyoto sudah berjalan sesuai kerangka konsep teori COMCEC yaitu key faith based needs, Demand side key themes, dan Supply side key themes. Ketiga, bukti terjadinya praktik komodifikasi MFT adalah kontradiksi antara program wisata Muslim friendly Kyoto dengan The Gay and Lesbian Guide to Japan, serta tidak adanya sinergi visi-misi antara Muslim friendly Kyoto dengan Kyoto Muslim Association.

<hr>

The number of Muslim tourists visiting Japan is increasing. The driving factor is the visa-free policy, the increasing number of prayer room facilities and halal menus, the depreciation of yen which impact to the cost of cheap travel, and Japan's deflation which causes prices of goods to be stable. Kyoto, one of the cities in Japan that actively makes its city as Muslim friendly city by providing prayer rooms, halal restaurants, Muslim-friendly hotels, are spread over several locations. But the concept of Muslim-friendly tourism is something commodified in such a way as to gain maximum profit.

This study uses a qualitative method with a descriptive exploratory analysis approach that aims to provide an overview of Kyoto's potential as a halal tourist destination city and identify factors that influence the implementation of Muslim Friendly Tourism (MFT) to obtain a factual and accurate picture of the tendency

to emerge MFT commodification . The theoretical concept used as an analytical tool to draw conclusions is the concept of MFT by COMCEC and the commodification theory by Cohen.

The results were obtained first, the factors that strengthened Kyoto's potential as a tourist city because it was supported by competitive advantages in the form of creative and innovative human resources and comparative advantages in the form of ancient city and beautiful landscapes. Second, the implementation of the MFT in Kyoto has been in line with the theoretical conceptual framework of COMCEC, namely key faith based needs, demand side key themes, and supply side key themes. Third, the evidence for the commodification of the MFT is the contradiction between the Kyoto-friendly Muslim tourism program and The Gay and Lesbian Guide to Japan, and the absence of a synergy of vision and mission between Muslim friendly Kyoto and the Kyoto Muslim Association.