

**STRATEGI DIPLOMASI PARIWISATA HALAL THAILAND**

**2021-2023**

**SKRIPSI**

*Diajukan guna memenuhi salah satu syarat*

*Untuk memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Politik pada*

*Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*



**Oleh:**

**NABILA RAMADHITA IVONNE**

**1910853029**

**DEPARTEMEN HUBUNGAN INTERNASIONAL**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS ANDALAS**

**2025**

DEPARTEMEN HUBUNGAN INTERNASIONAL  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ANDALAS

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

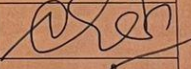
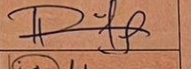
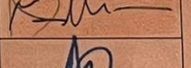


Skripsi dengan judul **Strategi Diplomasi Pariwisata Halal Thailand 2021-2023** atas nama **Nabila Ramadhita Ivonne** ini telah diuji dan dipertahankan di depan tim penguji serta diterima untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar sarjana Ilmu Politik pada:

Hari/Tanggal : Rabu/22 Januari 2025

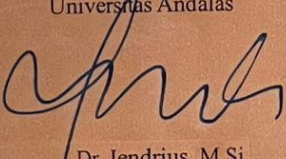
Jam : 08.00 – 10.30 WIB

Tempat : Ruang Sidang Departemen Hubungan Internasional

**Tim Penguji**

No	Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Dr. Virtuous Setyaka, S.IP., M.Si NIP 198005202008011008	Ketua	
2.	Rifki Dermawan, S.Hum, M.Sc NIP 199210312019031012	Sekretaris	
3.	Zulkifli Harza, S.IP., M.Soc.Sc NIP 197908312009121003	Anggota	
4.	Dr. Apriwan, M.A NIP 198104202005011009	Pembimbing I	
5.	Poppy Irawan, S.IP, MA.IR NIP 198404202008121004	Pembimbing II	

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Andalas

  
Dr. Jendrius, M.Si  
NIP 196901311994031002



**DEPARTEMEN HUBUNGAN INTERNASIONAL  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ANDALAS**

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui oleh dosen pembimbing

Nama : Nabila Ramadhita Ivonne  
NIM : 19108523029  
Departemen : Hubungan Internasional (S1)  
Judul Skripsi : Strategi Diplomasi Pariwisata Halal Thailand 2021-2023

Pembimbing I



Dr. Apriwan, MA  
NIP 198104202005011009


Pembimbing II



Poppy Irawan, S.IP, MA, IR  
NIP 198404202008121004

Mengetahui,

Ketua Departemen Hubungan Internasional  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Andalas



Dr. Apriwan, S.Sos, M.A  
NIP 198104202005011009

## SURAT PERNYATAAN

Dengan ini Saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, skripsi dengan judul “**Strategi Diplomasi Pariwisata Halal Thailand 2021-2023**” adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana, magister, dan/atau doctor) baik di Universitas Andalas maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya ini murni gagasan, penilaian, dan perumusan saya sendiri tanpa bantuan tidak sah dari pihak lain, kecuali bantuan dan arahan dari tim pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Padang, 24 Januari 2025

Yang membuat pernyataan



Nabila Ramadhita Ivonne

NIM 1910853029



**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAAN PUBLIKASI TUGAS  
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Saya mahasiswa Universitas Andalas yang bertandatangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Nabila Ramadhita Ivonne

NO. BP/NIM/NIDN : 1910853029

Jurusan : Hubungan Internasional

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Jenis Tugas Akhir : Skripsi

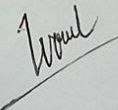
Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Andalas hak atas publikasi dari tugas akhir Saya yang berjudul:

**“Strategi Diplomasi Pariwisata Halal Thailand 2021-2023”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Universitas Andalas juga berhak untuk menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola, merawat, dan mempublikasikan karya Saya tersebut di atas selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian Pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya.

Padang, 24 Januari 2024

Yang membuat pernyataan



Nabila Ramadhita Ivonne

NIM 1910853029

## KATA PENGANTAR



Segala puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunianya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan tesis dengan judul : **“Strategi Diplomasi Pariwisata Halal Thailand 2021-2023”** sebagai persyaratan wajib mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Andalas Program Studi Ilmu Hubungan Internasional guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Politik. Tak lupa pula penulis ucapkan salawat beserta salam bagi junjungan dan teladan alam Nabi Muhammad SAW menjadi penerang bagi kehidupan umat muslim di seluruh dunia. Sesungguhnya setiap daya dan upaya yang dibarengi dengan kesabaran dan doa senantiasa akan memperoleh manfaat yang maksimal. Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis menyadari bahwa penulis tidak akan berhasil tanpa mendapatkan bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, terkhusus kepada:

1. Kedua orang tua penulis, Papa Dolly Ivonne dan Mama Nerita Roza. Terima kasih untuk segala bentuk kasih sayang, pengorbanan, cinta kasih serta doa yang selalu tanpa putus. Terima kasih selalu bertanya kabar penulis setiap waktu dan tidak pernah memaksa penulis untuk menyelesaikan skripsi ini dengan secepatnya dengan segala bentuk rintangan yang ada. Terima kasih telah memfasilitasi proses perkuliahan penulis dalam segala bentuk serta terima kasih telah menyanggupi permintaan penulis untuk menempuh dua perkuliahan dalam waktu yang bersamaan. Tanpa adanya semangat, dukungan, motivasi serta pengorbanan papa dan mama mungkin penulis tidak akan mampu menyelesaikan skripsi ini.
2. Kepada kakak Fiska Agnesia Ivonne terima kasih atas kasih sayang semangat serta pengorbanan sebagai anak pertama kepada keluarga serta adik-adiknya. Kepada Alysha Rania Ivonne terima kasih sudah menjadi adik yang kuat dan baik dan selalu mendengarkan permintaan perlongan penulis sebagai kakak. Terima kasih selalu memberi semangat, perhatian dan selalu merindukan

penulis saat penulis menempus proses perkuliahan. Kepada Alessandro Alfariqi Ivonne terima kasih sudah memberi tawa dengan kepolosannya.

3. Kepada Bapak Dr. Apriwan, S.Sos, MA dan Bapak Poppy Irawan, S.IP, MA.IR selaku pembimbing selaku dosen pembimbing terima kasih sudah memberikan masukan, saran, dukungan serta motivasi pada penulis.
4. Kepada Bapak Dr. Virtuous Setyaka, S.IP., M.Si , Bapak Rifki Dermawan, S.Hum, M.Sc , Bapak Zulkifli Harza, S.IP., M.Soc.Sc selaku dosen penguji terima kasih telah memberi masukan dan pencerahan kepada penulis.
5. Kepada keluarga besar nenek Rabiah terutama oma, nenek, angh, uncu, bunda Dessy , tewen, Bunda Zet, Ibu dan keluarga besar lainnya yang tidak dapat penulis sebutan satu persatu, terima kasih atas doa dan semangat yang selalu diberikan.
6. Kepada Bossque terima kasih selama proses pembuatan skripsi selalu memberi dukungan , doa, semangat dan pertolongan saat penulis merasa kesulitan. Terima kasih sudah membantu proses diskusi dalam pembuatan skripsi penulis saat penulis ingin bertukar fikiran. Terima kasih sudah selalu mengingatkan penulis untuk terus memperjuangkan gelar ini. Terima kasih sudah selalu sabar mendengarkan keluh kesah dan berusaha menghibur penulis saat proses pembuatan skripsi.
7. Kepada para sahabat penulis yaitu Dira,Puja Afi, fella, puput, ica, rima , dan ayas terima kasih sudah menemani proses pembuatan skripsi ini. Terima kasih selama ini sudah mau mendengarkan keluh kesah serta selalu memberi semangat kepada penulis.
8. Para Dosen yang telah memberikan ilmunya kepada penulis selama menjalankan studi beserta seluruh Staf Pengelola Ilmu Hubungan Internasional Universits Andalas yang banyak membantu penulis.
9. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu dalam pembuatan tesis ini.

Akhir kata penulis berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu segala saran dan kritikan yang bersifat membangun

sangat penulis perlukan demi kesempurnaan tesis ini. Akhir kata, penulis berharap semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi siapapun yang membacanya.

Padang, 24 Januari 2025

Penulis





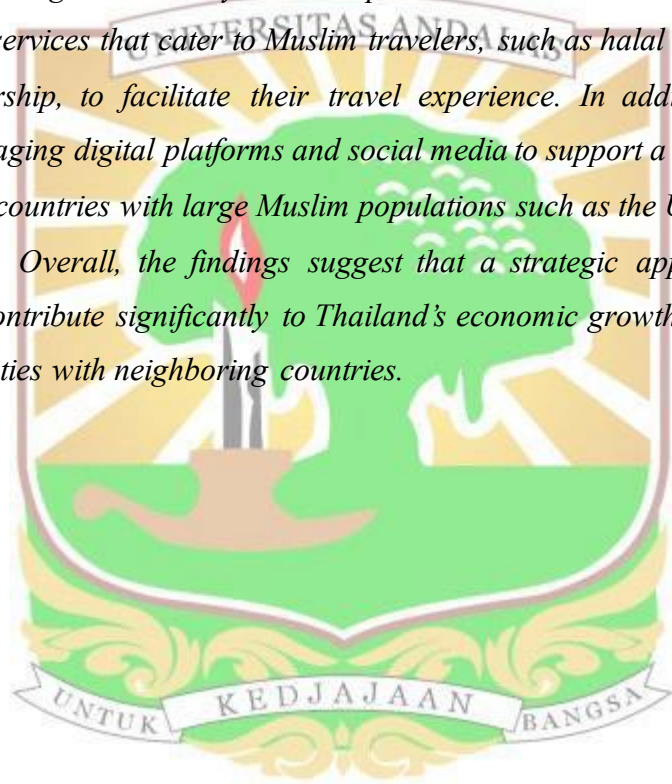
## ABSTRAK

Penelitian ini mengeksplorasi strategi diplomatik yang diterapkan oleh Thailand untuk meningkatkan citranya sebagai tujuan wisata halal, khususnya terkait dengan Indonesia, negara dengan populasi Muslim yang signifikan. Studi ini menekankan pentingnya kerja sama regional, yang diakui oleh Indonesia-Malaysia-Thailand Growth Triangle (IMT-GT), dalam mempromosikan pariwisata inklusif yang menghormati nilai-nilai budaya Islam. Penelitian ini membahas pergeseran branding Thailand dari pariwisata seks menjadi pariwisata halal, yang didorong oleh kebutuhan untuk menarik wisatawan Muslim dan memperbaiki citra internasional negara tersebut. Penelitian ini juga menekankan bahwa Thailand mengembangkan fasilitas dan layanan yang memenuhi kebutuhan pelancong Muslim, seperti restoran halal dan tempat ibadah, untuk memudahkan pengalaman perjalanan mereka. Selain itu, studi ini menyarankan pemanfaatan platform digital dan media sosial untuk mendukung audiens yang lebih luas, terutama untuk negara-negara dengan populasi Muslim besar seperti UEA, Indonesia, dan Malaysia. Secara keseluruhan, temuan menunjukkan bahwa pendekatan strategis terhadap pariwisata halal dapat berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi Thailand dan memperkuat hubungan diplomatiknya dengan negara-negara tetangga.



## ABSTRACT

*This study explores the diplomatic strategies implemented by Thailand to enhance its image as a halal tourism destination, particularly in relation to Indonesia, a country with a significant Muslim population. The study emphasizes the importance of regional cooperation, recognized by the Indonesia-Malaysia-Thailand Growth Triangle (IMT-GT), in promoting inclusive tourism that respects Islamic cultural values. The study discusses Thailand's shift in branding from sex tourism to halal tourism, driven by the need to attract Muslim tourists and improve the country's international image. The study also emphasizes that Thailand is developing facilities and services that cater to Muslim travelers, such as halal restaurants and places of worship, to facilitate their travel experience. In addition, the study suggests leveraging digital platforms and social media to support a wider audience, especially for countries with large Muslim populations such as the UAE, Indonesia, and Malaysia. Overall, the findings suggest that a strategic approach to halal tourism can contribute significantly to Thailand's economic growth and strengthen its diplomatic ties with neighboring countries.*

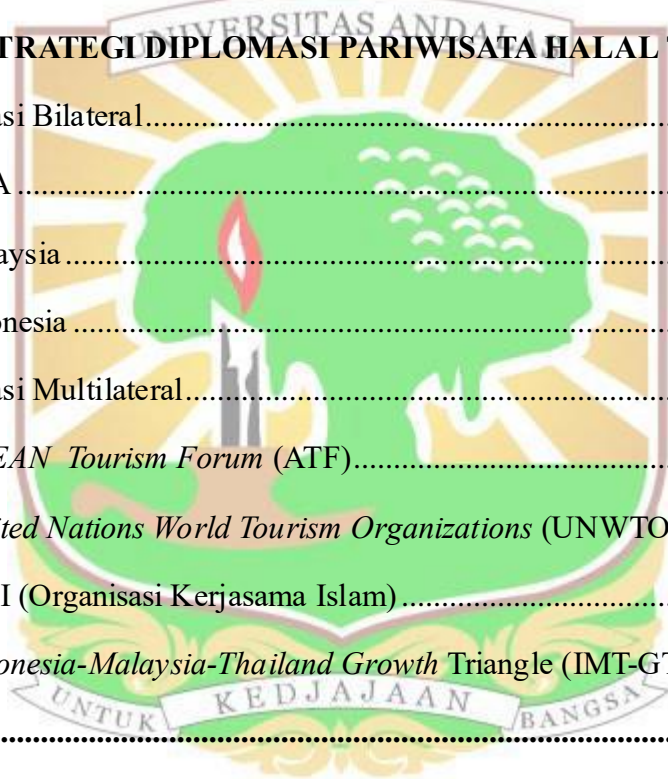


## DAFTAR ISI

<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	6
1.4 Tujuan Penelitian .....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
1.6 Kajian Pustaka .....	7
1.6.1 Tabel perbedaan penelitian dengan kajian pustaka .....	12
1.7 Kerangka Konseptual .....	15
1.7.1 Diplomasi Pariwisata .....	15
1.8 Metode Penelitian.....	20
1.8.1 Jenis Penelitian.....	20
1.8.2 Batas Penelitian.....	20
1.8.3 Unit dan Tingkat Analisis.....	21
1.8.4 Teknik Pengumpulan Data .....	22
1.8.5 Teknik Analisis Data .....	22
1.9 Sistematika Penulisan .....	23
<b>BAB II.....</b>	<b>25</b>
<b>DINAMIKA INDUSTRI PARIWISATA THAILAND.....</b>	<b>25</b>
2.1 Kebijakan Pariwisata Thailand .....	25
2.1.1 <i>Resilient Tourism</i> (Penguatan dan Kekebalan Industri Pariwisata Thailand) .....	25
2.1.2 <i>Quality Tourism</i> .....	28
2.1.3 <i>Tourism Experience</i> (Meningkatkan Pengalaman Pariwisata).....	32



2.1.4 <i>Sustainable Tourism</i> (Mempromosikan Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan) .....	36
<b>BAB III</b> .....	<b>40</b>
<b>PARIWISATA HALAL THAILAND</b> .....	<b>40</b>
3.1 Pariwisata Halal Thailand .....	40
3.2 Fasilitas Turis Muslim .....	41
3.3 Pengembangan Infrastruktur Pariwisata Halal Thailand .....	46
<b>BAB IV</b> .....	<b>51</b>
<b>ANALISIS STRATEGI DIPLOMASI PARIWISATA HALAL THAILAND</b>	<b>51</b>
4.1 Diplomasi Bilateral.....	51
4.1.1 UEA .....	52
4.1.2 Malaysia .....	56
4.1.3 Indonesia .....	62
4.2 Diplomasi Multilateral.....	65
4.2.1. <i>ASEAN Tourism Forum</i> (ATF).....	65
4.2.2. <i>United Nations World Tourism Organizations</i> (UNWTO) .....	68
4.2.3. OKI (Organisasi Kerjasama Islam) .....	72
4.2.4. <i>Indonesia-Malaysia-Thailand Growth Triangle</i> (IMT-GT) .....	74
<b>BAB V</b> .....	<b>78</b>
<b>PENUTUP</b> .....	<b>78</b>
5.1 Kesimpulan .....	78
5.2 Saran .....	78
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>80</b>



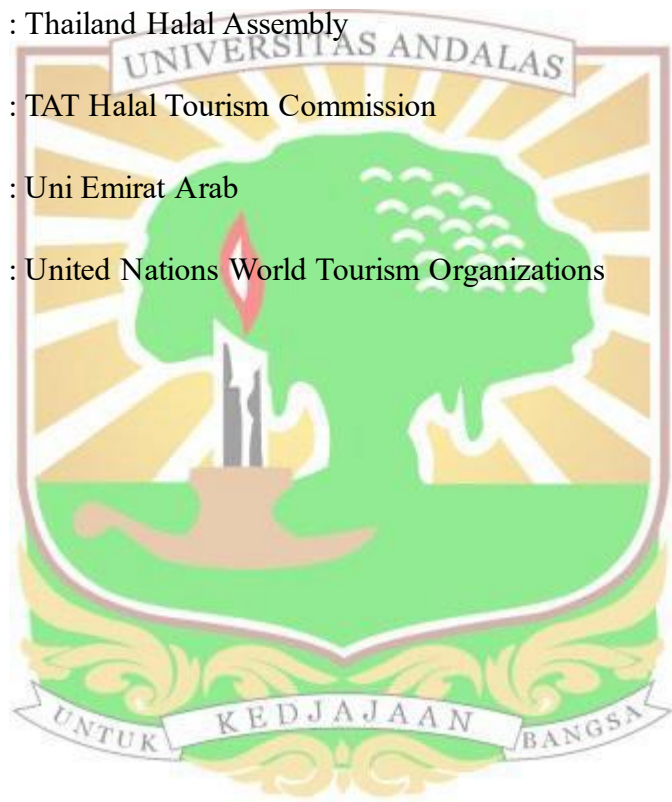
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.2 Halal Route App



## AFTAR SINGKATAN

ATF	: Asean Tourism Forum
IMT-GT	: Indonesia, Malaysia, Thailand Growth Triangle
OKI	: Organisasi Kerjasama Islam
PDB	: Produk Domestik Bruto
TAT	: Tourism Authority of Thailand
THA	: Thailand Halal Assembly
THTC	: TAT Halal Tourism Commission
UEA	: Uni Emirat Arab
UNWTO	: United Nations World Tourism Organizations





# BABI

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Industri pariwisata adalah tren terbaru di dunia dan kekuatan pendorong perekonomian negara dalam penurunan ekonomi tradisional. Pariwisata juga dapat menjadi salah satu cara dalam meningkatkan diplomasi pariwisata antar negara, perkembangan internasional, dan dianggap sebagai jawaban yang kuat terhadap tantangan global dan terorisme.<sup>1</sup> Apalagi saat ini praktik diplomasi sangat mudah diakses serta melibatkan *actor non-state* seperti media, organisasi domestik, dan individu.<sup>2</sup> Sebagai sarana komunikasi dan diplomasi budaya, pariwisata memegang peranan penting dalam interaksi antar budaya. Kepariwisataan dapat menciptakan kondisi yang memungkinkan terwujudnya perdamaian antar bangsa, melestarikan dan menghormati identitas budaya; dengan demikian, dapat dikatakan bahwa ia berfungsi dalam pola ruang tertentu, salah satu pola ruang tersebut adalah pariwisata internasional.<sup>3</sup>

Pariwisata adalah kegiatan rekreasi yang mengisi waktu luang atau perjalanan dan dapat bermanfaat bagi masyarakat dan negara yang menjadi tuan rumah wisatawan. Pada 2016 muncul tren baru dalam sektor pariwisata, yaitu wisata halal.<sup>4</sup> Menurut Michele Carboni, Carlo Perelli, dan Giovanni Sistu,

---

<sup>1</sup> Shiva Jalalpour and Jamshid Shojaeifar, "The Tourism Industry and The International Relations," *World Journal of Environmental Biosciences* 6 (2014): 68–72.

<sup>2</sup> Hesti Rokhaniyah and Dinta Kharisma Almeira, "Strategi Diplomasi Publik Indonesia-Malaysia-Thailand Growth Triangle ( IMT-GT ) Dalam Meningkatkan Sektor Pariwisata Halal Di Asia Tenggara Data GMTI 2019" 7 (2023): 344–355.

<sup>3</sup> Jalalpour and Jamshid Shojaeifar, "The Tourism Industry and The International Relations."

<sup>4</sup> Eka Dewi Satriana and Hayuun Durrotul Faridah, "Halal Tourism: Development, Chance and Challenge," *Journal of Halal Product and Research* 1, no. 2 (2018): 32.

wisata halal adalah jenis wisata yang mematuhi prinsip-prinsip syariah Islam mencakup aktivitas wisata yang sesuai dengan ajaran Islam, seperti konsumsi makanan halal, penggunaan pakaian yang sopan sesuai syariah, akomodasi, transportasi, dan hiburan yang memenuhi standar syariah.<sup>5</sup> Seiring dengan perkembangan ekonomi Islam global, maka jenis pariwisata ini mengalami perubahan yang membutuhkan perubahan modern. Pasar perjalanan muslim terkenal dengan dua pola perilaku utama dan memiliki kecenderungan untuk menghabiskan lebih banyak uang serta untuk tinggal lebih lama.<sup>6</sup>

Industri pariwisata memiliki banyak keuntungan dalam ekonomi pasar, perusahaan swasta dan bisnis. Ini dapat berdampak positif pada penciptaan kekayaan dan meningkatkan nilai tukar negara dan ketersediaan lapangan kerja.<sup>7</sup> Melihat dampak positif dari pariwisata, negara-negara mulai sadar akan pariwisata dan mulai menggali potensi wisata di daerahnya masing-masing karena merupakan sektor yang berkontribusi secara signifikan bagi sebagian besar pendapatan negara setelah perdagangan internasional. Selain itu, manfaat pariwisata bukan hanya sekedar media hiburan, akan tetapi juga dapat membangun citra sekaligus menunjukkan karakteristik dari suatu negara.

Thailand merupakan salah satu negara minoritas muslim ini telah menawarkan wisata yang ramah bagi wisatawan muslim. Pada tahun 2016, Thailand mengambil langkah penting dengan mendirikan, yang bertugas

---

<sup>5</sup> Örjan Svensson, Lars Arvestad, and Jens Lagergren, "Genome-Wide Survey for Biologically Functional Pseudogenes," *PLoS Computational Biology* 2, no. 5 (2006): 358–369.

<sup>6</sup> PUTRAJAYA, "MALAYSIA BANTU MENINGKATKAN KERJASAMA IMT-GT DENGAN MEMANFAATKAN POTENSI PARIWISATA ISLAM," *Islamic Tourism Centre of Malaysia*.

<sup>7</sup> Asri, K. H., & Ilyas, A. (2022). Penguatan Ekosistem Halal Value Chain sebagai Pengembangan Industri Halal Menuju Era 5.0. *Alif*, 1(1), 37–47.

mempromosikan pariwisata halal di negara ini. THTC berfokus pada pengembangan standar dan sertifikasi halal, serta memperbaiki infrastruktur dan layanan pariwisata yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Pada tahun 2017, Thailand menjadi negara pengamat KTT OKI untuk membuat standar dan lembaga bagi industri halal.

Pada tahun 2018, Thailand mencatat jumlah kunjungan wisatawan Muslim sebanyak 3,7 juta dengan kontribusi terhadap PBD mencapai 12,3%.<sup>8</sup> Pada September 2023 tercatat sebanyak 28 juta turis datang mengunjungi Thailand yang setiap tahun naik.<sup>9</sup> Kementerian Pariwisata dan Olahraga Thailand menyebutkan angka pendapatan kunjungan turis ini lebih dari 795 miliar bath atau sekitar 22,08 miliar dollar AS.<sup>10</sup> Untuk itu, Thailand perlu tetap menjaga *image* positif demi meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung. Apalagi negara Thailand dikenal sebagai *sex tourism* di mata internasional. Kesan negatif inilah yang membuat Thailand melakukan branding dari negara *sex tourism* menjadi halal tourism.<sup>11</sup>

Pemerintah Thailand berkomitmen untuk memajukan pariwisata halal terutama Thailand Selatan yang banyak menjadi tujuan turis muslim dengan meningkatkan infrastruktur serta aplikasi yang ramah bagi muslim untuk

---

<sup>8</sup> Lalu Putrawandi Karjaya, "Implementasi Konsep Halal Tourism Dan Konvensional Thailand Dalam Meningkatkan Foreign Direct Investment Di Nusa Tenggara Barat," *Indonesian Journal of Peace and Security Studies (IJPSS)* 2, no. 1 (2020): 63–89.

<sup>9</sup> Jumlah Kedatangan Wisatawan Internasional Di Thailand Dari Tahun 2015 Hingga 2023, n.d., <https://www.statista.com/statistics/994693/thailand-number-international-tourist-arrivals/>.

<sup>10</sup> Nabilla Tashandra, "19 Juta Turis Asing Kunjungi Thailand Hingga September 2023 Didominasi Negara Asia," *KOMPAS.COM*, last modified 2023, <https://travel.kompas.com/read/2023/09/21/095403027/19-juta-turis-asing-kunjungi-thailand-hingga-september-2023-didominasi-negara>.

<sup>11</sup> Yuliatma Fartiannur, "Kepentingan Thailand Dalam Melakukan Gastrodiplomacy Melalui Kitchen of the World," *eJournal Ilmu Hubungan Internasional* 6, no. 4 (2018): 1565–1582.



menemukan restoran halal, masjid dan berbagai fasilitas layanan halal lain.<sup>12</sup> Selain itu, Thailand juga telah menjalin kerja sama dengan negara-negara ASEAN dan Timur Tengah untuk mempromosikan Industri dan pariwisata halal Thailand. Bila dilihat pada 2016 tercatat sebanyak 5 juta turis berasal dari Indonesia, Malaysia dan 32 juta orang berasal dari Uni Emirat Arab.<sup>13</sup>

Thailand bahkan memiliki pusat riset yang disebut *The Halal Science Center* di *Universitas Chulalongkorn* yang bekerja sama dengan Pemerintah Thailand dan industri keagamaan dalam pembuatan sertifikat dan standarisasi halal untuk industri pariwisata yang berlokasi di perbatasan Selatan provinsi Pattani.<sup>14</sup> Thailand juga mempunyai *event* tahunan untuk mempromosikan industri halalnya, yaitu *Thailand Halal Assembly (THA)*.<sup>15</sup> berbagai kegiatan

Demi memberikan pengalaman menarik dan menunjukkan keramahan Thailand kepada wisatawan muslim, *Tourism Authority of Thailand (TAT)* menyelenggarakan *Muslim Friendly Destination (Familiarization)* dengan mengundang 100 agen perjalanan dan media dari negara-negara muslim ke *Thailand Travel Mart 2015*.<sup>16</sup> Para pihak berpartisipasi dalam forum khusus, pertemuan perdagangan perjalanan, peluncuran produk dan perjalanan ke tempat-tempat menarik bagi pengunjung Muslim di Thailand. Pada bulan

---

<sup>12</sup> Mastercard and CrescentRating, "Global Muslim Travel Index 2019," no. April (2019): 01–63.

<sup>13</sup> Index Mundi, "International Tourism Number Arrivals" (n.d.).

<sup>14</sup> Knowledge E, "Thai Foreign Policy in the Form of Public Diplomacy Associated With the Halal Industry" (n.d.).

<sup>15</sup> Safira Destyani, "Halal Industry as Thai Public Diplomacy (Industri Halal Sebagai Diplomasi Publik Thailand)," no. October (2022): 0–6, [https://www.researchgate.net/publication/364342268\\_Halal\\_Industry\\_as\\_Thai\\_Public\\_Diplomacy\\_Industri\\_Halal\\_sebagai\\_Diplomasi\\_Publik\\_Thailand/link/634cbd439cb4fe44f32f3355/download](https://www.researchgate.net/publication/364342268_Halal_Industry_as_Thai_Public_Diplomacy_Industri_Halal_sebagai_Diplomasi_Publik_Thailand/link/634cbd439cb4fe44f32f3355/download).

<sup>16</sup> Chandra Pumama, Neneng Konety, and Alwafi Ridho Subarkah, "Diplomasi Publik Thailand Melalui Industri Halal," *Online) Sospol : Jurnal Sosial Politik* 7, no. 1 (2021): 29–46, <https://doi.org/10.22219/sospol.v7i1.13968>.

Januari 2016, *TAT's Dubai* mengadakan perjalanan keluarga untuk 30 agen perjalanan dan *influencer* media sosial dari Teheran, Iran.<sup>17</sup> Selain Timur Tengah sebagai negara mayoritas muslim, Thailand juga mencoba memperluas promosi pariwisata halalnya di Indonesia. Pada Mei 2022 *Thai Lion Air* yang merupakan maskapai dengan pertumbuhan paling pesat di dunia mulai melayani Penerbangan Jakarta-Bangkok karena tingginya permintaan pasar.<sup>18</sup>

Pemerintah Thailand mengembangkan pariwisata halal untuk tujuan bisnis, karena Thailand menyadari pariwisata ini dapat secara bersamaan mendatangkan *visitor* dan *investor* pada negara Thailand. Hal ini dapat membuat pariwisata menghasilkan *multiplier effect* pada sektor lainnya. Thailand mengambil kesempatan untuk mendapatkan keuntungan dari pasar muslim yang terus berkembang. Oleh sebab itu, penelitian ini berupaya menjelaskan diplomasi pariwisata halal Thailand . terus berkembang.

## 1.2 Rumusan Masalah

Menurut data dari *Global Muslim Travel Index 2019* sebagai negara non-OKI, Thailand berhasil menduduki peringkat kedua setelah Singapura sebagai negara yang ramah muslim yang berhasil mengembangkan pariwisata halal.<sup>19</sup> Meskipun mayoritas penduduk Thailand beragama Budha, Thailand tetap menjadi salah satu negara tujuan wisata muslim karena bila dilihat dari turis yang datang

---

<sup>17</sup> Comcec, *Standing Committee for Economic and Commercial Cooperation of the Organization of the Islamic Cooperation*, n.d., <https://www.comcec.org/comcec-coordination-office/>.

<sup>18</sup> Venny Suryanto, *Penuhi Permintaan Pasar, Thai Lion Air Mulai Melayani Penerbangan Jakarta-Bangkok*, n.d., <https://industri.kontan.co.id/news/penuhi-permintaan-pasar-thai-lion-air-mulai-melayani-penerbangan-jakarta-bangkok>.

<sup>19</sup> Mastercard and CrescentRating, "Global Muslim Travel Index 2019."

paling banyak berasal dari negara dengan mayoritas penduduk muslim yaitu Indonesia, Malaysia dan UEA. Pandangan Internasional kepada Thailand sebagai sex-tourism menjadi masalah yang cukup serius bagi Thailand. Sehingga penulis tertarik untuk melihat dan membahas bagaimana upaya diplomasi pariwisata Thailand dalam meningkatkan kunjungan turis muslim kenegaranya.

### **1.3 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan paparan dari rumusan masalah maka pertanyaan penelitian ini adalah bagaimana upaya diplomasi pariwisata Thailand dalam keberhasilan peningkatan kunjungan muslim ke Thailand melalui pariwisata halal?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat keberhasilan upaya diplomasi pariwisata Thailand dalam meningkatkan kunjungan turis muslim melalui pariwisata halal.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

#### **1. Manfaat Akademis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih terhadap perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya yang berhubungan dengan disiplin ilmu pengetahuan Hubungan Internasional khususnya bidang diplomasi pariwisata . Penelitian ini dapat menambah gambaran baru terhadap bentuk upaya pemerintahan dalam mengakomodir turis muslim melalui kebijakan Pariwisata Halal di Thailand.

#### **2. Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi referensi pengetahuan bagi para pembaca khususnya mahasiswa Hubungan Internasional dalam melihat upaya keberhasilan diplomasi pariwisata Thailand.

## 1.6 Kajian Pustaka

Penulis menggunakan sejumlah penelitian sebelumnya sebagai kerangka analisis untuk menjelaskan penelitian ini. Untuk mengembangkan ruang lingkup penelitian penulis menggunakan penelitian sebelumnya untuk dijadikan sebagai acuan dan pedoman.

Artikel jurnal pertama yaitu berjudul *Social Networks and International Relations in the Tourism Sector* yang ditulis oleh David Caldevilla-Dominguez. Artikel jurnal ini membahas bagaimana implementasi teknologi informasi dan komunikasi terhadap sektor pariwisata dan apa hubungannya dengan hubungan internasional. Jika ingin lebih mendalami arti dari pariwisata maka kita tidak bisa hanya menggunakan satu cabang ilmu karena banyak disiplin ilmu lain yang akan saling berkaitan dengan satu sama lain. Salah satunya yang bisa kita lihat jika berbicara mengenai peran hubungan internasional dalam pariwisata maka fenomena tersebut akan berkaitan dengan disiplin ilmu ekonomi, sosial, budaya, dan lingkungan yang besar, yang dapat mengkondisikan perilaku wisatawan dan sektor pariwisata secara keseluruhan. Pariwisata dapat dilihat dengan cara multispektral, dari aspek sosialnya, kepentingan budayanya, dampaknya terhadap lingkungan alam, dan juga bagaimana perekonomiannya. Terlepas dari itu, ada tindakan akademis yang terbatas mengenai bidang ini, sehingga mengarah ke kesenjangan analitis dalam subjek dan hubungannya dengan Hubungan



Internasional. Ada juga kesenjangan yang terkait dengan pengaruh teknologi informasi dan komunikasi (TIK). Bentuk teknologi ini bisa dikatakan sebagai refleksi atas ekosistem media baru yang hubungannya dengan satu bidang ilmu seperti kajian fenomena pariwisata dengan dampak dalam Hubungan Internasional akan dapat terlihat. Menurut artikel ini salah satu kunci komunikasi digital yang efektif terletak pada bagaimana mencari cara mengelolanya dan membuatnya menarik bagi pengguna, dan bagaimana pengarahannya untuk menimbulkan kebutuhan dalam mengkonsumsi suatu produk. Pariwisata mungkin merupakan salah satu kegiatan yang paling banyak dipengaruhi oleh teknologi informasi dan komunikasi setelah adanya suatu teknologi komunikasi digital baru yang dapat berupa sebuah aplikasi yang mudah untuk diakses dan digunakan melalui perangkat seluler dengan aplikasi geolokasi yang mampu membantu pelancong dalam hal penting atau hal sederhana.<sup>20</sup> Tulisan ini layak menjadi referensi karena membahas bagaimana implementasi teknologi informasi dan komunikasi terhadap sektor pariwisata hanya melalui digital dan apa hubungannya dengan hubungan internasional.

Artikel jurnal kedua berjudul *Halal Tourism: Definition, Justification, and Scopes Towards Sustainable Development* yang ditulis oleh MD Siddique E Azam. Artikel jurnal ini menjelaskan tentang Halal Tourism dan darimana asal *Halal Tourism* ini terbentuk. Halal Tourism menjadi salah satu produk dari pengembangan pariwisata. Pariwisata berkelanjutan telah didefinisikan oleh beberapa organisasi seperti WTO, ICOMOS, dan banyak penelitian juga. Selain itu, wisata halal, yang sering disebut sebagai wisata Islami atau wisata ramah muslim, merupakan konsep

---

<sup>20</sup> David Caldevilla-domínguez et al., "IN THE TOURISM SECTOR IN THE TOURISM SECTOR 1," no. July (2021): 191–203.

baru dalam industri pariwisata yang membuka peluang baru dan menarik untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Konsep 'Halal' juga terkait dengan ide 'Toyyib' yang artinya bagus. Sejalan dengan itu, pentingnya 'Halal' adalah segala sesuatu yang diperbolehkan oleh syariah dan baik bagi manusia. Koordinasi kualitas moral dengan kualitas religius membuka batas pariwisata halal dari 2,8 miliar konsumen Muslim ke konsumen non-muslim diseluruh dunia. Wisata halal sering disebut sebagai wisata Islami atau wisata ramah Muslim, merupakan konsep baru dalam industri pariwisata yang membuka peluang baru dan menarik untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Pariwisata merupakan industri jasa yang sangat bergantung pada sumber daya manusia. Ini memiliki efek lingkungan, ekonomi, dan sosial-budaya pada keanekaragaman hayati yang membuatnya penting untuk menjadi berkelanjutan. Pariwisata berkelanjutan berkontribusi terhadap pencapaian tujuan bersama dari Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs). Konservasi lokasi wisata dan habitat disumbangkan menggunakan pendapatan yang dihasilkan dari pengunjung. Penting untuk mengetahui ekosistem perjalanan Halal di mana setiap komponen akan memimpin industri mencapai pembangunan berkelanjutan.<sup>21</sup> Tulisan ini dapat menjadi referensi karena sama-sama membahas wisata halal sebagai pariwisata berkelanjutan.

Artikel jurnal ketiga yang berjudul *Public Diplomacy: A Review of the Implications of Muslim Friendly Korea Campaign for Indonesia* yang ditulis oleh Elly Yulawati and Leni Marlina. Artikel jurnal ini membahas kampanye ramah muslim yang dilakukan Korea Selatan sebagai bentuk diplomasi pariwisata untuk

---

<sup>21</sup> Siddique E Azam et al., "Halal Tourism: Definition, Justification, And Scopes Towards Sustainable Development," *International Journal of Business, Economics and Law* 18, no. 3 (2019): 23–31, [www.reportbuyer.com/](http://www.reportbuyer.com/).

menarik wisatawan muslim di dunia. Diplomasi pariwisata merupakan suatu pendekatan *soft power* yang dapat dilakukan bagi setiap negara dalam membangun citra positif untuk negaranya, karena sikap dan opini pariwisata sangat mempengaruhi citra negaranya. Korea Selatan sebagai negara minoritas muslim menggunakan soft power utamanya yang disebut *Korean Wave*. *Soft power* ini merupakan budaya yang paling populer sebagai alat menyebarkan budaya serta meningkatkan ekonomi Korea Selatan. Kesadaran Korea Selatan akan pertumbuhan muslim yang diperkirakan mencapai 30% dari populasi dunia pada tahun 2050, menjadikan Korea Selatan sadar akan peluang besar bagi negaranya dalam mengembangkan wisata ramah muslim, apalagi turis terbesar datang dari negara mayoritas muslim seperti Indonesia, Singapura, Arab Saudi, Malaysia serta Uni Emirat Arab. Ada tiga kampanye yang dilakukan Korea Selatan dalam strategi diplomasi pariwisata, yaitu: pengelolaan berita, komunikasi strategis serta membangun kondisi yang menguntungkan. Dengan adanya kampanye ini berhasil menarik perhatian wisatawan muslim karena Korea Selatan dianggap memperhatikan kebutuhan wisatawan muslim dengan menyediakan fasilitas yang menunjang kenyamanan wisatawan muslim dalam berkunjung ke Korea Selatan.<sup>22</sup> Tulisan ini dijadikan pembandingan bagaimana perkembangan ramah muslim antara Korea Selatan dan Thailand dalam mengakomodir kebutuhan turis muslim, dimana kedua negara ini sama-sama merupakan negara non-muslim.

Artikel jurnal keempat yaitu Strategi Diplomasi Pariwisata Indonesia-Malaysia Thailand (IMT-GT) Dalam Meningkatkan Sektor Pariwisata Halal di Asia

---

<sup>22</sup> Elly Yuliawati and Leni Marlina, "Public Diplomacy : A Review of the Implications of Muslim Friendly Korea Campaign for Indonesia," *International Journal of Science and Research (IJSR)* 8, no. 11 (2019): 605–610.

Tenggara yang ditulis oleh Rokhanyah and Almeira. Artikel ini menjelaskan bahwa diplomasi pariwisata merupakan suatu cara negara dalam menjalin kerjasama. Diplomasi pariwisata saat ini sangat mudah diakses karena melibatkan aktor non-negara yaitu: media, organisasi domestik serta individu. IMT-GT merupakan kerjasama *sub-regional* yang telah diakui ASEAN guna meningkatkan kesejahteraan negara perbatasan IMT-GT. Artikel ini menjelaskan konsep diplomasi pariwisata yaitu: *News Management* (Facebook, Twitter, Instagram dan Youtube), *Strategic Communication* (Tim Percepatan Pengembangan Pariwisata Halal Kemenparekraf RI, Halal Park Malaysia, Thailand Diamond Halal ), *Relationship Building* (Pelatihan prioritas Komprehensif yang diadakan Central of IMT-GT bekerjasama dengan Working Group on Halal Product and Service dan Islamic Development Bank). Strategi kerjasama Indonesia-Malaysia-Thailand dalam sektor pariwisata halal di Asia Tenggara dengan mengadakan konferensi, forum atau kuliah umum untuk membahas program IMT-GT dalam pengembangan pariwisata halal ditiga negara.<sup>23</sup> Tulisan ini dapat dijadikan referensi karena membahas strategi diplomasi yang dilakukan negara untuk mengembangkan pariwisata halalnya.

Artikel jurnal kelima berjudul *Comparing of Halal Tourism in Indonesia, Thailand, and Malaysia* yang ditulis oleh Imam Mawardi, Rahma Sugihartati, dan Dian Yulie Reindrawat. Jurnal ini membahas perkembangan dan pemikiran tentang wisata halal di beberapa negara Asia Tenggara. Jurnal ini membahas tentang fenomena perkembangan wisata halal di negara-negara Asia Tenggara sebagai

---

<sup>23</sup> Rokhanyah and Almeira, "Strategi Diplomasi Publik Indonesia-Malaysia-Thailand Growth Triangle ( IMT-GT ) Dalam Meningkatkan Sektor Pariwisata Halal Di Asia Tenggara Data GMTI 2019."



respons terhadap meningkatnya permintaan wisatawan Muslim. Industri pariwisata terus beradaptasi dengan kebutuhan pasar, termasuk dalam hal fasilitas, layanan, dan pasar yang menarik bagi wisatawan Muslim yang menjaga kewajiban agama mereka. Konsep wisata halal muncul dari kebutuhan akan wisata religi yang melibatkan aspek perilaku, pakaian, dan makanan yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Jurnal ini juga membahas bagaimana pasar pariwisata halal memiliki dampak signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi di kawasan Asia Pasifik, Timur Tengah, dan Asia Tenggara yang memiliki populasi Muslim terbesar di dunia. Selain itu, jurnal ini menyoroti peran media sosial dalam meningkatkan akses informasi perjalanan yang relevan bagi wisatawan Muslim di berbagai destinasi. Dengan pertumbuhan pesat populasi Muslim dan pengeluaran yang dapat dibelanjakan, pasar pariwisata halal menjadi fokus utama bagi banyak negara. Penelitian ini memberikan wawasan tentang bagaimana konsep wisata halal tidak hanya mencakup aspek keagamaan, tetapi juga memiliki dampak ekonomi yang signifikan bagi negara-negara yang menerapkannya. Dengan demikian, perbandingan konsep wisata halal di Indonesia, Thailand, dan Malaysia menunjukkan perbedaan dalam tingkat perkembangan, dukungan pemerintah, serta adaptasi terhadap kebutuhan dan preferensi wisatawan Muslim di masing-masing negara.<sup>24</sup>

### 1.6.1 Tabel perbedaan penelitian dengan kajian pustaka

	<b>Perbedaan penelitian</b>
--	-----------------------------

<sup>24</sup> Imam Mawardi, "Comparing the Concept of Halal Tourism in Indonesia, Thailand, and Malaysia," *Mozaik Humaniora* 21, no. 2 (2022): 178–192.

Nama peneliti, tahun dan judul penelitian	Studi pustaka	Peneliti
David Caldevilla-Dominguez(2021) yang berjudul <i>Social Networks and International Relations in the Tourism Sector</i> <sup>25</sup>	Hanya menggunakan konsep teknologi dan informasi dalam pariwisata	Menggunakan konsep Diplomasi pariwisata pada Pariwisata Halal Thailand
Siddique E Azam (2019) yang berjudul <i>Halal Tourism: Definition, Justification, and Scope Toward Sustainable Development</i> <sup>26</sup>	Menggunakan konsep pariwisata berkelanjutan	Menggunakan konsep Diplomasi pariwisata pada Pariwisata Halal Thailand
Elly Yuliawati and Leni Marlina (2019) yang berjudul <i>Pariwisata Diplomacy: A Review of the Implications of Muslim Friendly Korea</i>	Menggunakan konsep implikasi wisata halal korea untuk Indonesia	Menggunakan konsep Diplomasi Pariwisata pada Pariwisata Halal di Thailand

<sup>25</sup> Caldevilla-domínguez et al., “IN THE TOURISM SECTOR IN THE TOURISM SECTOR 1.”

<sup>26</sup> Azam et al., “Halal Tourism: Definition, Justification, And Scopes Towards Sustainable Development.”

<i>Campaign for Indonesia</i> <sup>27</sup>		
Rokhaniyah and Almeira(2019) yang berjudul Strategi Diplomasi Pariwisata Indonesia-Malaysia-Thailand Growth Triangle(IMT-GT) Dalam Meningkatkan Sektor Pariwisata Halal Asia Tenggara <sup>28</sup>	Penelitian ini menggunakan konsep diplomasi public pada Asia Tenggara	Peneliti dalam hal ini menggunakan konsep Diplomasi pariwisata pada Pariwisata Halal di Thailand
Imam Mawardi (2021) yang berjudul <i>Comparing of Halal Tourism in Indonesia, Thailand, and Malaysia</i> <sup>29</sup>	Penelitian ini menggunakan konsep globalisasi dan wisata halal	Peneliti dalam hal ini menggunakan konsep diplomasi pariwisata pada pariwisata halal di Thailand

<sup>27</sup> Yuliawati and Marlina, "Public Diplomacy : A Review of the Implications of Muslim Friendly Korea Campaign for Indonesia."

<sup>28</sup> Rokhaniyah and Almeira, "Strategi Diplomasi Publik Indonesia-Malaysia-Thailand Growth Triangle ( IMT-GT ) Dalam Meningkatkan Sektor Pariwisata Halal Di Asia Tenggara Data GMTI 2019."

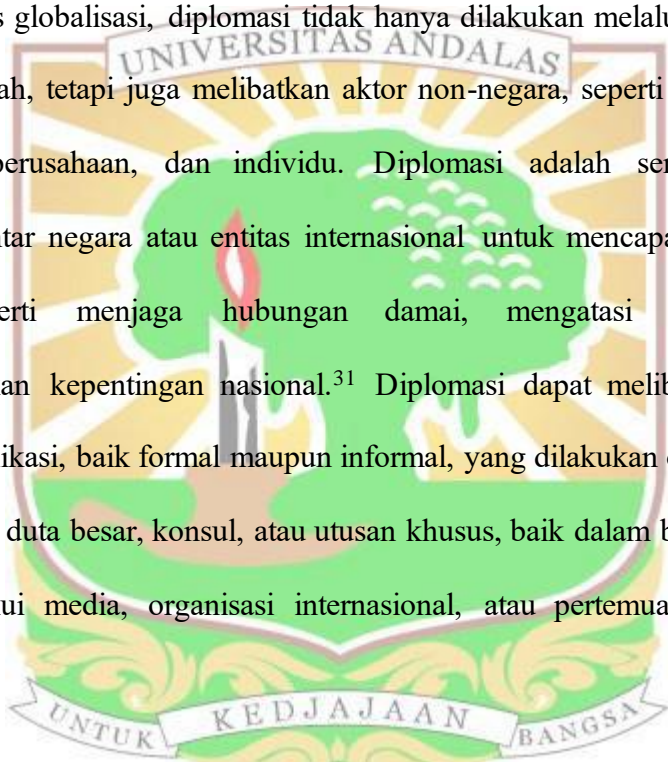
<sup>29</sup> Mawardi, "Comparing the Concept of Halal Tourism in Indonesia, Thailand, and Malaysia."

## 1.7 Kerangka Konseptual

### 1.7.1 Diplomasi Pariwisata

Diplomasi merupakan salah satu alat utama dalam hubungan internasional yang digunakan oleh negara untuk mencapai tujuan politik, ekonomi, dan sosial.<sup>30</sup>

Dalam konteks globalisasi, diplomasi tidak hanya dilakukan melalui saluran resmi antar pemerintah, tetapi juga melibatkan aktor non-negara, seperti organisasi non-pemerintah, perusahaan, dan individu. Diplomasi adalah seni dan praktik komunikasi antar negara atau entitas internasional untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu, seperti menjaga hubungan damai, mengatasi konflik, serta memperjuangkan kepentingan nasional.<sup>31</sup> Diplomasi dapat melibatkan berbagai saluran komunikasi, baik formal maupun informal, yang dilakukan oleh perwakilan negara, seperti duta besar, konsul, atau utusan khusus, baik dalam bentuk langsung maupun melalui media, organisasi internasional, atau pertemuan internasional lainnya.



Diplomasi bertujuan untuk menjaga hubungan baik antar negara dan menyelesaikan permasalahan dengan cara yang damai serta saling menguntungkan.<sup>32</sup> Diplomasi bukan hanya sekadar negosiasi atau dialog antar pemerintah, tetapi juga melibatkan upaya untuk membentuk persepsi, mengedukasi masyarakat internasional, dan mempengaruhi opini global terkait isu-isu tertentu.

---

<sup>30</sup> Eytan Gilboa, "Searching for a Theory of Public Diplomacy," *Annals of the American Academy of Political and Social Science* 616, no. 1 (2008): 55–77.

<sup>31</sup> Jan Melissen, "The New Public Diplomacy: Between Theory and Practice," *Studies in Diplomacy and International Relations* (2005): 3–27.

<sup>32</sup> Jinsheng Zhu et al., "Chinese Tourism Diplomacy: A Chinese–Style Modernity Review," *Anatolia* 33, no. 4 (2022): 550–563, <https://doi.org/10.1080/13032917.2021.1978515>.



Diplomasi tidak hanya melibatkan pemerintah, tetapi juga aktor non-negara, seperti organisasi internasional, LSM, dan individu yang berperan dalam membentuk kebijakan luar negeri.

Diplomasi sebagai konsep bukan hanya terbatas pada formalitas atau upaya mencapai kesepakatan, tetapi lebih kepada membangun hubungan yang konstruktif antar negara yang dapat membantu mencegah konflik, memperkuat kerja sama, dan meningkatkan kesejahteraan global.<sup>33</sup> Dengan kata lain, diplomasi adalah salah satu instrumen yang digunakan untuk mencapai perdamaian dan stabilitas dunia. Diplomasi dapat sebagai proses negosiasi dan komunikasi antara negara atau aktor internasional untuk mencapai kesepakatan atau pemahaman bersama. Diplomasi mencakup berbagai bentuk, termasuk diplomasi bilateral, multilateral, dan diplomasi publik.

Diplomasi pariwisata dapat didefinisikan sebagai upaya suatu negara untuk mempengaruhi opini pariwisata di negara lain melalui komunikasi, informasi, dan pertukaran budaya.<sup>34</sup> Ini melibatkan kegiatan yang bertujuan untuk menjelaskan kebijakan luar negeri dan nilai-nilai suatu negara kepada audiens internasional. Tujuan utama dari diplomasi pariwisata adalah untuk membangun hubungan yang positif dengan pariwisata di negara lain, meningkatkan pemahaman tentang kebijakan dan budaya negara tersebut, serta mengurangi ketegangan atau konflik yang mungkin ada. Diplomasi pariwisata merupakan alat penting dalam hubungan internasional yang membantu negara untuk berkomunikasi dan berinteraksi dengan dunia luar, membangun citra positif, dan mempromosikan kepentingan nasional

---

<sup>33</sup> Melissen, "The New Public Diplomacy: Between Theory and Practice."

<sup>34</sup> Ibid.

mereka.<sup>35</sup> Diplomasi pariwisata menjadi elemen penting dalam hubungan internasional karena membantu negara untuk beradaptasi dengan perubahan global, membangun hubungan yang lebih baik dengan pariwisata internasional, dan mencapai tujuan diplomatik mereka secara lebih efektif.

Diplomasi pariwisata menurut Eytan Gilboa adalah proses di mana negara dan aktor non-negara berusaha mempengaruhi opini pariwisata di negara lain melalui komunikasi langsung dan saluran media. Gilboa menekankan bahwa diplomasi pariwisata tidak hanya dilakukan oleh pemerintah, tetapi juga oleh individu, kelompok, dan organisasi non-pemerintah yang berupaya untuk membentuk persepsi dan sikap masyarakat asing terhadap negara mereka.<sup>36</sup>

Dalam konteks diplomasi pariwisata, diplomasi ini fokus pada penggunaan sektor pariwisata sebagai alat untuk memperkenalkan negara kepada dunia, meningkatkan pengaruh dan menarik perhatian positif dari masyarakat global. Diplomasi pariwisata yang dilakukan dalam kerangka diplomasi publik mencakup berbagai kegiatan yang melibatkan promosi budaya, pertukaran pengetahuan, serta menciptakan pengalaman langsung bagi wisatawan untuk mengenal lebih dekat suatu negara. Negara menggunakan pariwisata untuk memperkenalkan kekayaan budaya, keindahan alam, serta nilai-nilai yang dimilikinya. Pendekatan ini tidak hanya bergantung pada hubungan antar pemerintah atau diplomasi tradisional, tetapi lebih pada membangun hubungan langsung dengan masyarakat internasional melalui sektor pariwisata.

---

<sup>35</sup> Ibid.

<sup>36</sup> Gilboa, "Searching for a Theory of Public Diplomacy."

Diplomasi pariwisata merujuk pada penggunaan sektor pariwisata sebagai alat untuk mencapai tujuan diplomatik dan memperkuat hubungan antarnegara. Dalam konteks ini, pariwisata tidak hanya dilihat sebagai industri ekonomi, tetapi juga sebagai sarana untuk membangun hubungan sosial, budaya, dan politik antara negara. Buku *Chinese Tourism Diplomacy* karya Jingjing Yang dan Chris Ryan membahas strategi diplomasi pariwisata yang digunakan Tiongkok untuk memperkuat hubungan internasional melalui pariwisata. Secara umum, buku ini menyoroti dua strategi utama diplomasi pariwisata :<sup>37</sup>

### 1. Diplomasi Bilateral

Diplomasi bilateral adalah interaksi atau hubungan diplomatik antara dua negara. Diplomasi ini berfokus pada negosiasi langsung antara dua pihak dengan tujuan mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan. Jenis diplomasi ini biasanya dilakukan oleh perwakilan negara seperti duta besar atau konsul, yang bekerja untuk memajukan kepentingan politik, ekonomi, dan sosial kedua negara. Tujuan utama dari diplomasi bilateral adalah untuk membangun hubungan yang kuat dan saling menguntungkan, serta menyelesaikan konflik atau perbedaan secara langsung. Diplomasi bilateral sering kali menghasilkan perjanjian atau traktat yang mengikat kedua belah pihak, seperti perjanjian perdagangan, kerjasama pertahanan, pariwisata atau kesepakatan dalam bidang lain seperti energi dan lingkungan.

### 2. Diplomasi Multilateral

Strategi diplomasi multilateral adalah bentuk diplomasi yang melibatkan lebih dari dua negara dan biasanya dilakukan dalam kerangka organisasi

---

<sup>37</sup> Zhu et al., "Chinese Tourism Diplomacy: A Chinese-Style Modernity Review."

internasional atau forum multilateral.<sup>38</sup> Tujuan dari diplomasi multilateral adalah untuk menangani isu-isu global yang memerlukan kerjasama antarnegara, seperti perdamaian internasional, perdagangan global, perubahan iklim, hak asasi manusia, dan pembangunan berkelanjutan.<sup>39</sup>

Dalam diplomasi multilateral, negara-negara bekerja sama untuk mencapai kesepakatan yang menguntungkan banyak pihak melalui mekanisme kolektif, yang sering kali menghasilkan resolusi, perjanjian internasional, atau kebijakan bersama. Partisipasi suatu negara dalam forum multilateral adalah contoh dari diplomasi multilateral. Negara yang terlibat dalam forum-forum ini memiliki kesempatan untuk bernegosiasi dan berkolaborasi dengan negara lain dalam mengatasi masalah bersama..Diplomasi multilateral melibatkan lebih dari dua negara dalam negosiasi dan kerjasama, sering kali dalam forum internasional.

Secara keseluruhan, diplomasi adalah alat yang vital dalam hubungan internasional yang mencakup berbagai bentuk interaksi antara negara-negara. Diplomasi bilateral dan multilateral masing-masing memiliki karakteristik dan tujuan yang berbeda, tetapi semuanya berkontribusi pada pengelolaan hubungan internasional yang lebih baik. Dalam dunia yang semakin terhubung, kemampuan untuk berkomunikasi dan bernegosiasi secara efektif menjadi semakin penting bagi negara-negara untuk mencapai tujuan mereka dan menjaga stabilitas global. Diplomasi yang efektif tidak hanya bergantung pada kekuatan militer atau ekonomi,

---

<sup>38</sup> Ibid.

<sup>39</sup> Ibid.



tetapi juga pada kemampuan untuk membangun hubungan yang saling menghormati dan memahami antara negara-negara dan masyarakat internasional.<sup>40</sup>

## 1.8 Metode Penelitian

### 1.8.1 Jenis Penelitian

Metode penelitian merupakan serangkaian langkah sistematis yang digunakan untuk mengumpulkan, menganalisis dan menafsirkan data dalam rangka menjawab pertanyaan. Menurut *Sugiyono* metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan mengembangkan dan menemukan pengetahuan serta teori guna memahami.<sup>41</sup> Pada penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pendekatan deskriptif merupakan suatu pendekatan penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan suatu objek secara luas dan mendalam sehingga menimbulkan suatu pemahaman baru. Dengan demikian melalui pendekatan deskriptif kualitatif ini diharapkan dapat membantu peneliti dalam menjelaskan apa strategi berkembangnya wisata halal di Thailand pada tahun 2021-2023.

### 1.8.2 Batas Penelitian

Batasan Penelitian dalam suatu penelitian bertujuan untuk membatasi pembahasan mengenai pokok masalah yang akan diteliti agar tetap fokus meneliti

---

<sup>40</sup> Ibid.

<sup>41</sup> Nana Syaodih Sukmadinata, "Metode Penelitian Pendidikan. Bandung: Remaja Rosdakarya," *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (2011): 32–41,

hingga Batasan penelitian yang telah ditentukan. Oleh karena itu batasan waktu yang peneliti tetapkan adalah tahun 2021-2023 yaitu tahun semakin berkembangnya wisata halal di Thailand setelah pandemi covid-19.

### 1.8.3 Unit dan Tingkat Analisis

#### a) Unit analisis dan eksplanasi

Unit analisis merupakan unit analisis yang akan dijelaskan dan dianalisis. Unit analisis juga dapat dijelaskan sebagai satuan perhitungan yang akan diteliti sebagai suatu objek penelitian. Yang menjadi unit analisis dalam penelitian ini adalah upaya diplomasi pariwisata negara Thailand.

Unit eksplanasi merupakan objek yang berpengaruh terhadap perilaku unit analisis yang akan diteliti. Penulis menyimpulkan yang menjadi unit eksplanasi dalam penelitian ini adalah strategi pariwisata halal.

#### b) Tingkat analisis

Tingkat analisis mencakup tingkatan individu, kelompok dan individu, negara dan bangsa, kelompok negara dalam satu region serta global. Dalam penelitian ini, unit Analisa dan unit eksplanasi berada pada tingkatan negara yang nantinya terdapat factor-faktor yang berpengaruh dalam berkembangnya pariwisata internasional ini. Dalam penelitian ini level analisis yang di maksud adalah negara Thailand.

#### 1.8.4 Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pengumpulan data melalui studi kepustakaan. Penelitian ini akan menggunakan sumber data sekunder berupa dokumen resmi pemerintah, artikel jurnal ilmiah yang membahas isu pariwisata halal, serta kumpulan berita di media online, dan buku tentang pariwisata halal.<sup>42</sup> Penelitian ini menggunakan beberapa kata kunci untuk menjelaskan strategi Thailand dalam mengembangkan wisata halalnya, yaitu upaya Thailand, diplomasi pariwisata dan wisata halal.

#### 1.8.5 Teknik Analisis Data

Peneliti menggunakan tiga tahapan analisis data oleh Matthew B. Miles dan A. Michael Hubberman untuk menganalisis data, yaitu :<sup>43</sup>

##### 1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan sebuah proses seleksi, memusatkan, menyederhanakan, mengabstrakkan, serta melakukan transformasi terhadap data yang ada di berbagai tulisan yang dijadikan referensi. Dalam penelitian ini, peneliti akan mereduksi data berdasarkan fokus penelitian melalui beberapa kata kunci yaitu, upaya Thailand, diplomasi pariwisata dan wisata halal. Penggunaan kata kunci dapat memudahkan peneliti untuk mereduksi data agar memperoleh data yang relevan dengan area penelitian.

---

<sup>42</sup> Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). Metodologi penelitian kualitatif. CV Jejak (Jejak Publisher).

<sup>43</sup> Matthew B. Miles dan A. Michael Hubberman, "Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook", Second Edition, (United States of America, SAGE Publications, 1994), 11.

## 2. Penyajian Data

Tahap selanjutnya yang akan peneliti lakukan dalam menganalisis data adalah menyajikan data. Secara umum, penyajian data adalah sebuah proses pengorganisasian dan meringkas kumpulan informasi yang telah diperoleh dari tahapan sebelumnya yang nantinya akan ditarik kesimpulan dari ringkasan tersebut. Bentuk penyajian data yang paling umum biasanya disajikan melalui bentuk uraian. Dalam penelitian ini, kumpulan data yang diperoleh dari tahapan reduksi data akan disajikan melalui bentuk uraian terkait strategi diplomasi thailand dalam mengembangkan wisata halal.

## 3. Penarikan Kesimpulan

Tahap yang terakhir adalah penarikan kesimpulan. Peneliti akan mencatat berbagai penjelasan dari data yang diperoleh kemudian akan menarik kesimpulan dari seluruh analisis yang telah dielaborasi.

### 1.9 Sistematika Penulisan

#### **BAB I           PENDAHULUAN**

Latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kerangka konseptual, metode penelitian, dan sistematika penulisan

#### **BAB II          DINAMIKA INDUSTRI PARIWISATA THAILAND**

Bab ini menjelaskan mengenai kebijakan pariwisata negara Thailand.



### **BAB III PARIWISATA HALAL DI THAILAND**

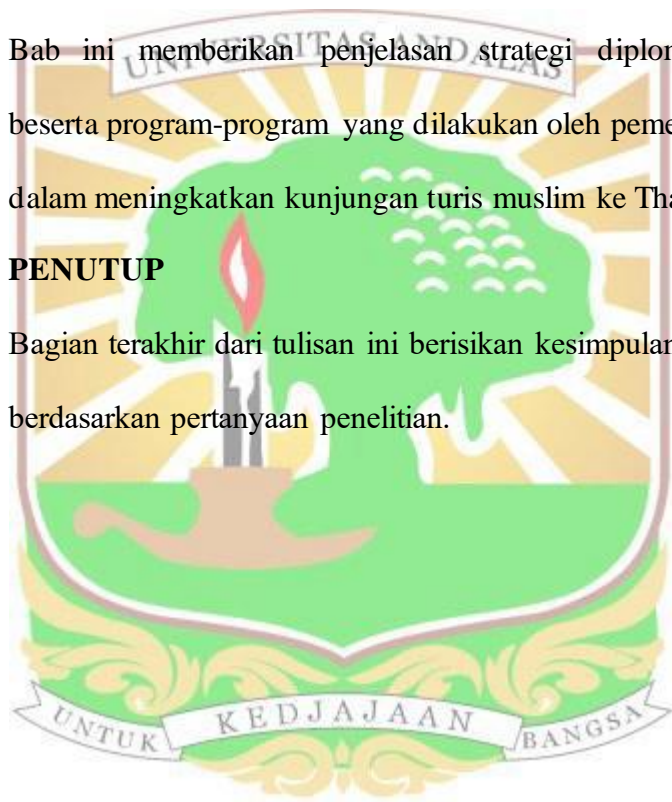
Bab ini menjelaskan tentang pariwisata halal di Thailand yang berisi perkembangan pariwisata halal Thailand, fasilitas bagi turis muslim Thailand serta pengembangan infrastruktur pariwisata halal Thailand.

### **BAB IV STRATEGI DIPLOMASI PARIWISATA THAILAND DALAM MENGEMBANGKAN WISATA HALAL**

Bab ini memberikan penjelasan strategi diplomasi pariwisata beserta program-program yang dilakukan oleh pemerintah Thailand dalam meningkatkan kunjungan turis muslim ke Thailand.

### **BAB V PENUTUP**

Bagian terakhir dari tulisan ini berisikan kesimpulan dari penelitian berdasarkan pertanyaan penelitian.

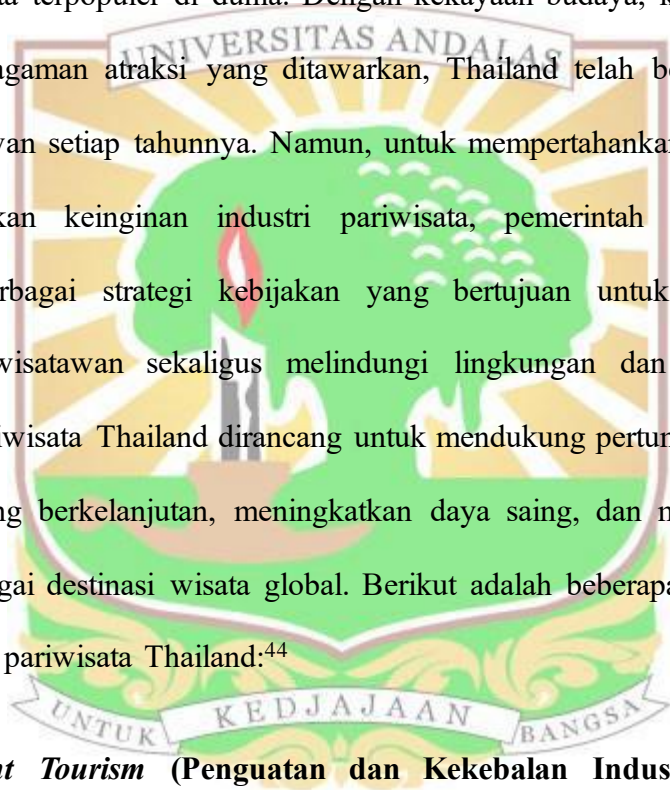


## BAB II

### DINAMIKA INDUSTRI PARIWISATA THAILAND

#### 2.1 Kebijakan Pariwisata Thailand

Kebijakan pariwisata merupakan salah satu aspek krusial dalam pengembangan sektor pariwisata di Thailand, yang dikenal sebagai salah satu destinasi wisata terpopuler di dunia. Dengan kekayaan budaya, keindahan alam, dan keanekaragaman atraksi yang ditawarkan, Thailand telah berhasil menarik jutaan wisatawan setiap tahunnya. Namun, untuk mempertahankan daya tarik ini dan memastikan keinginan industri pariwisata, pemerintah Thailand telah menyusun berbagai strategi kebijakan yang bertujuan untuk meningkatkan pengalaman wisatawan sekaligus melindungi lingkungan dan budaya lokal. Kebijakan pariwisata Thailand dirancang untuk mendukung pertumbuhan industri pariwisata yang berkelanjutan, meningkatkan daya saing, dan mempromosikan Thailand sebagai destinasi wisata global. Berikut adalah beberapa aspek penting dari kebijakan pariwisata Thailand.<sup>44</sup>



##### 2.1.1 *Resilient Tourism* (Penguatan dan Kekebalan Industri Pariwisata Thailand)

Strategi resilient tourism di Thailand bertujuan untuk meningkatkan perekonomian lokal dengan mengintegrasikan keberlanjutan, ketahanan, dan pertumbuhan inklusif dalam pengembangan sektor pariwisata. Strategi resilient tourism di Thailand bertujuan untuk meningkatkan perekonomian lokal dengan

---

<sup>44</sup> *Rencana Pengembangan Pariwisata Nasional Thailand* (แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติของประเทศไทย), vol. 3, n.d.

mengintegrasikan keberlanjutan, ketahanan, dan pertumbuhan inklusif dalam pengembangan sektor pariwisata.<sup>45</sup> Berikut adalah beberapa cara bagaimana strategi ini dapat memberikan dampak positif terhadap perekonomian lokal:

### 1. Pemberdayaan Masyarakat Lokal

- a. Partisipasi Komunitas: Strategi pariwisata berbasis masyarakat (Community-Based Tourism/CBT) memungkinkan masyarakat lokal untuk terlibat aktif dalam pengelolaan dan pengembangan destinasi wisata. Ini tidak hanya meningkatkan pendapatan mereka tetapi juga memperkuat identitas budaya lokal.<sup>46</sup>
- b. Pendidikan dan Pelatihan: Program pelatihan bagi pekerja pariwisata meningkatkan keterampilan mereka, sehingga dapat memberikan layanan yang lebih baik dan menarik lebih banyak wisatawan.

### 2. Promosi Produk Lokal

- a. Pengembangan Ekonomi Lokal: Dengan mempromosikan produk lokal seperti makanan, kerajinan tangan, dan jasa, pariwisata dapat menciptakan pasar baru bagi produk-produk tersebut. Misalnya, inisiatif yang menghubungkan petani dengan hotel dan restoran mendukung ekonomi lokal dan mengurangi jejak karbon.
- b. Sustainable Tourism Goals (STGs): Mengimplementasikan STGs membantu memastikan bahwa keuntungan dari pariwisata kembali kepada

---

<sup>45</sup> Ibid.

<sup>46</sup> Jurnal Layanan Masyarakat and Public Services, "IMPLEMENTATION OF COMMUNITY-BASED TOURISM PROGRAMME IN" 8, no. 3 (2024): 451–459.

masyarakat lokal, melalui program sertifikasi untuk bisnis yang berkelanjutan<sup>2</sup>.

#### 5. Diversifikasi Sumber Pendapatan

- a. Fokus pada Wisata Berkelanjutan: Dengan mengembangkan bentuk pariwisata yang berkelanjutan seperti ekowisata dan wisata kesehatan, Thailand dapat menarik segmen pasar baru yang lebih menghargai keberlanjutan.<sup>47</sup> Hal ini juga membantu mengurangi ketergantungan pada wisatawan asing.
- b. Pemasaran Destinasi yang Kurang Dikenal: Promosi destinasi yang kurang terkenal dapat mendiversifikasi aliran pendapatan dan mengurangi tekanan pada lokasi wisata populer.<sup>48</sup>

#### 4. Inovasi dan Teknologi

- a. Digitalisasi dalam Pariwisata: Penggunaan teknologi untuk pemasaran dan pengelolaan pengalaman wisatawan dapat meningkatkan efisiensi operasional serta menarik generasi muda yang lebih *tech-savvy*.<sup>49</sup>
- b. Aksesibilitas yang Ditingkatkan: Memperbaiki infrastruktur transportasi dan aksesibilitas ke lokasi wisata dapat meningkatkan jumlah pengunjung serta memperluas manfaat ekonomi ke daerah-daerah terpencil.

#### 5. Mitigasi Dampak Lingkungan

---

<sup>47</sup> Anang Sutono, *Pariwisata Dan Ketahanan Nasional*, 2016.

<sup>48</sup> Forbes Asia, "Thailand's Path To Responsible Tourism," 2023, <https://forbesasiacustom.com/thailands-path-to-responsible-tourism/>.

<sup>49</sup> Ibid.



- a. Praktik Berkelanjutan: Mengadopsi praktik pariwisata yang ramah lingkungan membantu melindungi sumber daya alam yang menjadi daya tarik utama bagi wisatawan, sekaligus menjaga kesejahteraan masyarakat lokal.<sup>50</sup>
- b. Rute Low-Carbon: Inisiatif seperti rute rendah karbon tidak hanya mengurangi emisi tetapi juga menarik wisatawan yang peduli lingkungan, menciptakan peluang ekonomi baru di sektor hijau.<sup>51</sup>

Dengan menerapkan strategi resilient tourism, Thailand tidak hanya berupaya untuk memulihkan sektor pariwisatanya pasca-pandemi tetapi juga untuk membangun fondasi ekonomi lokal yang lebih kuat dan berkelanjutan. Melalui pemberdayaan masyarakat, promosi produk lokal, diversifikasi pendapatan, inovasi teknologi, dan mitigasi dampak lingkungan, Thailand dapat memastikan bahwa manfaat dari pariwisata dirasakan secara luas oleh komunitas lokal.

### 2.1.2 *Quality Tourism*

Dalam beberapa dekade terakhir, pariwisata telah menjadi salah satu pilar utama perekonomian Thailand, memberikan kontribusi signifikan terhadap pendapatan nasional dan penciptaan lapangan kerja.<sup>52</sup> Untuk mempertahankan daya tariknya sebagai destinasi wisata global, Thailand telah mengembangkan berbagai strategi, salah satunya adalah *Quality Tourism*.<sup>53</sup> Strategi ini bertujuan untuk

<sup>50</sup> Sutono, *Pariwisata Dan Ketahanan Nasional*.

<sup>51</sup> Asia, "Thailand's Path To Responsible Tourism."

<sup>52</sup> "Upaya Thailand Hidupkan Kembali Pariwisata," *Analisa Daily*, last modified 2023, <https://analysadaily.com/berita/baca/2023/01/20/1038055/upaya-thailand-hidupkan-kembali-pariwisata/>.

<sup>53</sup> *Rencana Pengembangan Pariwisata Nasional Thailand (แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติของประเทศไทย)*, vol. 3, p. .

memastikan kualitas pengalaman wisatawan serta keinginan industri pariwisata di tengah tantangan yang dihadapi saat ini.

Thailand telah berbagai strategi untuk meningkatkan kualitas pariwisatanya, yang dikenal sebagai *Quality Tourism*. Strategi ini bertujuan untuk menciptakan pengalaman wisata yang lebih baik bagi pengunjung, meningkatkan nilai ekonomi dari sektor pariwisata, dan memastikan kunjungan industri pariwisata. Strategi ini mencakup pengembangan infrastruktur berkualitas, peningkatan pengalaman wisatawan, keterlibatan komunitas lokal, serta penerapan praktik berkelanjutan. Dengan pendekatan yang terintegrasi ini, Thailand berusaha tidak hanya untuk menarik lebih banyak wisatawan tetapi juga untuk meningkatkan nilai ekonomi dari sektor pariwisata dan memberikan manfaat yang lebih besar bagi masyarakat lokal.<sup>54</sup> Berikut adalah beberapa komponen utama dari strategi *Quality Tourism* di Thailand:<sup>55</sup>

#### 1. Pengembangan Infrastruktur Berkualitas

- a. Investasi dalam Infrastruktur : Thailand fokus pada pengembangan infrastruktur yang mendukung pariwisata berkualitas tinggi, termasuk transportasi, akomodasi, dan fasilitas umum. Hal ini mencakup peningkatan jalan raya, bandara, dan sistem transportasi umum untuk memudahkan akses ke destinasi wisata.
- b. Standarisasi Layanan : Penerapan standar layanan yang tinggi di hotel, restoran, dan tempat wisata untuk memastikan pengalaman yang konsisten

---

<sup>54</sup> Ibid.

<sup>55</sup> Ibid.

dan memuaskan bagi wisatawan. Hal ini termasuk pelatihan staf untuk memberikan pelayanan yang ramah dan profesional.

## 2. Peningkatan Pengalaman Wisatawan

a. Pengalaman yang Berkesan : Fokus pada penciptaan pengalaman wisata yang unik dan berkesan. Ini termasuk menawarkan kegiatan interaktif, seperti lokakarya budaya, kelas memasak, dan tur yang melibatkan komunitas lokal.

b. Pemasaran Berbasis Pengalaman : Menggunakan pemasaran yang fokus pada pengalaman untuk menarik wisatawan dengan minat khusus, seperti pariwisata kesehatan, ekowisata, dan budaya. Program-program seperti "Visit Thailand Year" bertujuan untuk mempromosikan berbagai atraksi dan acara yang dapat meningkatkan pengalaman wisatawan.

## 3. Keterlibatan Komunitas Lokal

a. Partisipasi Masyarakat : Mengedepankan keterlibatan masyarakat lokal dalam pengembangan pariwisata untuk menciptakan manfaat ekonomi yang lebih merata. Ini termasuk mendukung usaha kecil dan menengah (UKM) lokal serta produk-produk kerajinan tangan.

b. Promosi Budaya Lokal : Memperkenalkan budaya dan tradisi lokal kepada wisatawan melalui festival, pertunjukan seni, dan kegiatan budaya lainnya. Hal ini tidak hanya meningkatkan pengalaman wisatawan tetapi juga memperkuat identitas budaya lokal.

## 4. Keberlanjutan dan Keberlanjutan

- a. Praktik Pariwisata Berkelanjutan : Mendorong praktik ramah lingkungan dalam industri pariwisata untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan. Ini termasuk penggunaan energi terbarukan di hotel dan pengelolaan limbah yang efektif.
- b. Sertifikasi Program : Membiarkan program sertifikasi bagi bisnis pariwisata yang menerapkan praktik berkelanjutan, sehingga memberikan insentif bagi mereka untuk berinvestasi dalam berinvestasi.

#### 5. Digitalisasi dan Inovasi

- a. Transformasi Digital : Mengadopsi teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi operasional dan pengalaman pelanggan. Ini termasuk penggunaan aplikasi mobile untuk reservasi hotel, informasi destinasi, dan panduan wisata.
- b. Inovasi dalam Pemasaran : Memanfaatkan media sosial dan platform digital untuk menjangkau audiens yang lebih luas serta mempromosikan pengalaman wisata yang ditawarkan Thailand.

Strategi *Quality Tourism* Thailand fokus pada peningkatan kualitas wisatawan melalui pengembangan infrastruktur berkualitas, keterlibatan komunitas lokal, praktik menetap, serta penerapan teknologi modern.<sup>56</sup> Dengan pendekatan ini, Thailand tidak hanya bertujuan untuk menarik lebih banyak wisatawan tetapi juga untuk memastikan bahwa sektor pariwisatanya berkembang secara

---

<sup>56</sup> Ibid.



berkelanjutan dan memberikan manfaat maksimal bagi masyarakat lokal serta lingkungan.

### 2.1.3 *Tourism Experience* (Meningkatkan Pengalaman Pariwisata)

Dalam upaya untuk meningkatkan daya tariknya sebagai destinasi wisata global, Thailand telah mengembangkan berbagai strategi, salah satunya adalah *Tourism Experience*. Strategi ini bertujuan untuk menciptakan pengalaman wisata yang unik dan berkesan bagi setiap wisatawan, sehingga tidak hanya menarik pengunjung tetapi juga meningkatkan kepuasan dan loyalitas mereka. *Tourism Experience* Thailand, yang mencakup pendekatan-pendekatan inovatif untuk meningkatkan interaksi wisatawan dengan budaya lokal, keindahan alam, serta atraksi yang ditawarkan. Dengan fokus pada pengalaman yang otentik dan bermakna, Thailand berusaha untuk memperkuat posisinya sebagai salah satu destinasi wisata terkemuka di dunia. Berikut beberapa komponen Strategi *Tourism Experience*:<sup>57</sup>

#### 1. Fokus pada Pengalaman Otentik

Thailand berkomitmen untuk menawarkan pengalaman wisata yang otentik kepada pengunjungnya. Kegiatan tersebut meliputi tinggal di desa-desa lokal, belajar memasak masakan Thailand, dan berpartisipasi dalam tradisi budaya setempat. Dengan cara ini, wisatawan tidak hanya melihat tetapi juga merasakan kehidupan sehari-hari masyarakat Thailand.

#### 2. Pemasaran Berbasis Pengalaman

---

<sup>57</sup> Ibid.

Pemasaran pariwisata di Thailand semakin fokus pada pengalaman yang ditawarkan kepada wisatawan. Melalui kampanye seperti "Discover Thainess," pemerintah mendorong wisatawan untuk mengeksplorasi keunikan budaya dan tradisi Thailand. Ini termasuk promosi festival lokal, seni hiburan, dan kuliner khas yang dapat memberikan pengalaman mendalam bagi pengunjung.

### 3. Diversifikasi Aktivitas Wisata

Thailand menawarkan berbagai aktivitas yang dirancang untuk meningkatkan pengalaman wisatawan. Dari ekowisata hingga petualangan olahraga, seperti trekking di hutan hujan atau menyelam di perairan jernih, semua aktivitas ini bertujuan untuk menarik berbagai segmen pasar. Dengan menyediakan pilihan yang beragam, Thailand dapat memenuhi kebutuhan dan preferensi yang berbeda dari para wisatawan.

### 4. Keterlibatan Komunitas Lokal

Keterlibatan masyarakat lokal dalam industri pariwisata menjadi salah satu kunci dari strategi Tourism Experience. Masyarakat setempat dilibatkan dalam penyediaan layanan dan produk wisata, sehingga mereka dapat merasakan manfaat langsung dari pariwisata. Ini juga membantu menjaga keaslian budaya dan tradisi lokal.

### 5. Teknologi dan Digitalisasi

Dengan kemajuan teknologi, Thailand memanfaatkan platform digital untuk meningkatkan pengalaman wisatawan. Aplikasi seluler yang menyediakan informasi real-time tentang destinasi, pemesanan hotel, dan rekomendasi aktivitas

membantu wisatawan merencanakan perjalanan mereka dengan lebih baik. Selain itu, pemasaran melalui media sosial memungkinkan promosi pengalaman unik secara lebih luas.

Strategi *Tourism Experience* Thailand fokus pada penciptaan pengalaman wisata yang autentik dan bermakna bagi pengunjungnya.<sup>58</sup> Melalui pendekatan ini, Thailand tidak hanya berusaha menarik lebih banyak wisatawan tetapi juga memastikan bahwa sektor pariwisatanya berkembang secara berkelanjutan dan memberikan manfaat maksimal bagi masyarakat lokal serta lingkungan. Dengan komitmen terhadap kualitas wisatawan, Thailand terus memperkuat posisinya sebagai salah satu tujuan wisata utama di dunia.

#### 1. Promosi Pariwisata Berkelanjutan

Pemerintah Thailand berkomitmen untuk mengembangkan pariwisata yang berkelanjutan dengan memprioritaskan pelestarian lingkungan dan budaya lokal. Ini termasuk inisiatif untuk mengurangi dampak negatif pariwisata terhadap lingkungan dan masyarakat, serta mempromosikan ekowisata dan pariwisata komunitas .

#### 2. Pengembangan Infrastruktur

Kebijakan pariwisata Thailand mencakup investasi dalam infrastruktur yang mendukung pariwisata, seperti transportasi, akomodasi, dan fasilitas umum. Proyek-proyek ini bertujuan untuk meningkatkan aksesibilitas dan kenyamanan bagi wisatawan, serta mendukung pertumbuhan ekonomi lokal .

---

<sup>58</sup> Ibid.

### 3. Diversifikasi Produk Wisata

Thailand berusaha untuk mendiversifikasi penawaran pariwisatanya dengan mengembangkan berbagai jenis pariwisata, termasuk pariwisata budaya, pariwisata kesehatan, pariwisata halal, dan pariwisata petualangan. Diversifikasi ini bertujuan untuk menarik berbagai segmen wisatawan dan memperpanjang masa tinggal mereka .

### 4. Peningkatan Kualitas Layanan

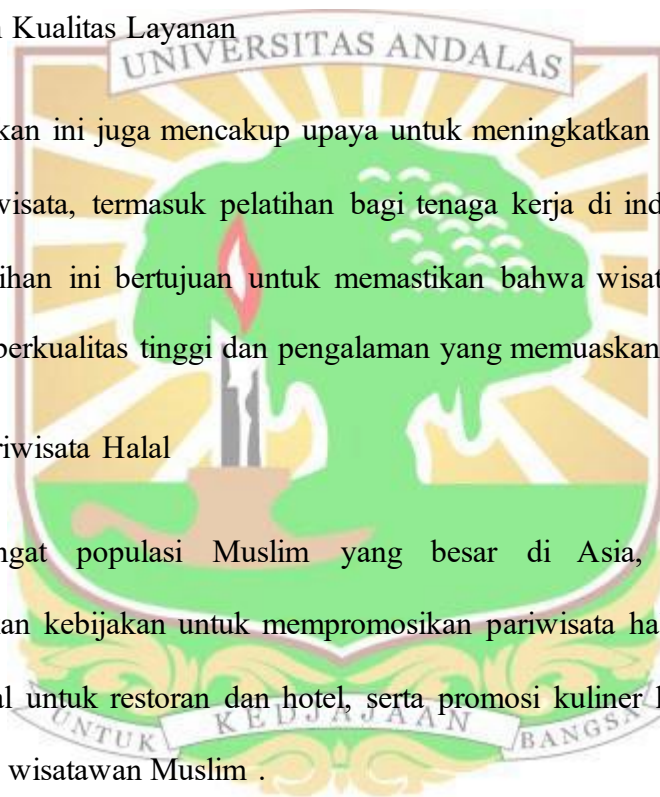
Kebijakan ini juga mencakup upaya untuk meningkatkan kualitas layanan di sektor pariwisata, termasuk pelatihan bagi tenaga kerja di industri pariwisata. Program pelatihan ini bertujuan untuk memastikan bahwa wisatawan menerima layanan yang berkualitas tinggi dan pengalaman yang memuaskan .

### 5. Promosi Pariwisata Halal

Mengingat populasi Muslim yang besar di Asia, Thailand telah mengembangkan kebijakan untuk mempromosikan pariwisata halal. Ini termasuk sertifikasi halal untuk restoran dan hotel, serta promosi kuliner halal yang kaya, untuk menarik wisatawan Muslim .

### 6. Kerjasama Internasional

Thailand aktif menjalin kerjasama dengan negara-negara lain untuk mempromosikan pariwisata. Melalui perjanjian bilateral dan partisipasi dalam pameran internasional, Thailand berusaha untuk menarik lebih banyak wisatawan dari berbagai negara, termasuk negara-negara dengan populasi Muslim yang besar.





## 7. Respon terhadap Krisis

Kebijakan pariwisata Thailand juga mencakup strategi untuk merespons krisis, seperti pandemi COVID-19. Ini termasuk program vaksinasi untuk pelaku industri pariwisata dan promosi pariwisata domestik untuk mendukung ekonomi lokal selama masa sulit .

## 8. Penggunaan Teknologi

Thailand memanfaatkan teknologi digital untuk mempromosikan pariwisata dan meningkatkan pengalaman wisatawan. Ini termasuk penggunaan platform pemesanan online, aplikasi mobile, dan media sosial untuk menarik wisatawan dan memberikan informasi yang relevan .

Dengan kebijakan-kebijakan ini, Thailand berupaya untuk mempertahankan posisinya sebagai salah satu destinasi pariwisata terkemuka di dunia, sambil memastikan bahwa pertumbuhan industri pariwisata berlangsung secara berkelanjutan dan memberikan manfaat bagi masyarakat lokal.

### 2.1.4 *Sustainable Tourism* (Mempromosikan Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan)

Dalam menghadapi tantangan global seperti perubahan iklim, pandemi, dan dampak sosial ekonomi lainnya, Thailand telah mengadopsi pendekatan pariwisata berkelanjutan atau *Sustainable Tourism*.<sup>59</sup> Strategi ini bertujuan untuk menciptakan keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi dan pelestarian lingkungan serta budaya lokal. Berbagai inisiatif yang telah dilaksanakan oleh pemerintah dan sektor

---

<sup>59</sup> Ibid.

swasta untuk memastikan bahwa pariwisata tidak hanya memberikan manfaat ekonomi tetapi juga menjaga kelestarian sumber daya alam dan budaya. Dengan pendekatan yang terintegrasi ini, Thailand berusaha menjadi contoh bagi negara-negara lain dalam mengelola industri pariwisata yang bertanggung jawab dan berkelanjutan. Beberapa komponen utama strategi ini yaitu:

### 1. Model Ekonomi Bio-Circular-Green (BCG)

Thailand telah mengadopsi model ekonomi BCG sebagai kerangka kerja untuk mempromosikan pariwisata berkelanjutan. Model ini bertujuan untuk memaksimalkan penggunaan sumber daya secara efisien, mengurangi limbah, dan meningkatkan nilai tambah dari produk lokal. Dengan fokus pada pariwisata, model ini mendorong praktik ramah lingkungan di seluruh sektor pariwisata.

### 2. Pengelolaan Destinasi dan Kapasitas Pengunjung

Salah satu langkah penting dalam strategi pariwisata berkelanjutan adalah pengelolaan kapasitas pengunjung di destinasi wisata. Pemerintah Thailand telah memberlakukan batasan jumlah pengunjung di beberapa lokasi populer, seperti Maya Bay, untuk melindungi ekosistem laut dan memastikan lingkungan tetap terjaga. Dengan ditutupnya beberapa lokasi selama periode tertentu, Thailand memberikan kesempatan bagi alam untuk pulih.

### 3. Promosi Wisata Ramah Lingkungan

Thailand mendorong pengembangan rute wisata rendah karbon dan destinasi ramah lingkungan, seperti Koh Mak, yang dikenal sebagai destinasi rendah karbon pertama di negara tersebut. Inisiatif ini tidak hanya mengurangi jejak

karbon tetapi juga meningkatkan kesadaran wisatawan tentang pentingnya perjalanan dalam perjalanan mereka.

#### 4. Keterlibatan Komunitas Lokal

Keterlibatan masyarakat lokal dalam industri pariwisata menjadi salah satu pilar utama dari strategi pariwisata berkelanjutan Thailand. Melalui program-program yang melibatkan masyarakat dalam pengelolaan destinasi dan penyediaan layanan wisata, masyarakat dapat merasakan manfaat langsung dari pariwisata. Ini juga membantu menjaga keaslian budaya lokal dan memperkuat identitas komunitas.

#### 5. Kemitraan Pariwisata Swasta

Kerja sama antara sektor pariwisata dan swasta sangat penting dalam mencapai tujuan pariwisata berkelanjutan. Organisasi seperti TAT bekerja sama dengan perusahaan swasta untuk mengembangkan produk wisata yang berkelanjutan dan mempromosikan praktik terbaik dalam industri. Kemitraan ini memungkinkan inovasi yang lebih besar dan inisiatif pengembangan baru yang mendukung pertumbuhan ekonomi yang bertanggung jawab.

#### 6. Edukasi dan Kesadaran Wisatawan

Meningkatkan kesadaran wisatawan tentang pentingnya kemiskinan adalah bagian integral dari strategi ini. Program edukasi yang menekankan pada perilaku ramah lingkungan saat bepergian membantu menciptakan generasi wisatawan yang lebih sadar akan dampak perjalanan mereka terhadap lingkungan.

Strategi pariwisata berkelanjutan di Thailand mencerminkan komitmen negara ini untuk menciptakan industri pariwisata yang tidak hanya menguntungkan secara ekonomi tetapi juga bertanggung jawab terhadap lingkungan dan masyarakat lokal.<sup>60</sup> Dengan penerapan model BCG, pengelolaan kapasitas pengunjung, promosi wisata ramah lingkungan, keterlibatan komunitas lokal, kemitraan pariwisata-swasta, serta edukasi wisatawan, Thailand menunjukkan bahwa pariwisata dapat menjadi kekuatan positif bagi pembangunan berkelanjutan. Melalui langkah-langkah ini, Thailand berharap dapat mempertahankan posisinya sebagai salah satu destinasi wisata terkemuka di dunia sambil menjaga kelestarian alam dan budaya untuk generasi mendatang.<sup>61</sup>



---

<sup>60</sup> Asia, "Thailand's Path To Responsible Tourism."

<sup>61</sup> Ibid.



## BAB III

### PARIWISATA HALAL THAILAND

#### 3.1 Pariwisata Halal Thailand

Thailand dikenal sebagai salah satu tujuan wisata terbesar di dunia, tetapi selama beberapa dekade, negara ini memiliki reputasi yang tidak sepenuhnya positif karena asosiasinya dengan seks pariwisata. Untuk mengatasi stigma ini, Thailand telah mengembangkan strategi diplomasi pariwisata yang fokus pada promosi budaya dan pembangunan citra positif, salah satunya melalui pengembangan pariwisata halal. Upaya ini tidak hanya untuk mengubah persepsi global tetapi juga menarik segmen wisatawan Muslim yang terus berkembang secara global.

Thailand secara aktif mempromosikan dirinya sebagai destinasi halal untuk menarik wisatawan Muslim.<sup>62</sup> Dengan memanfaatkan budaya lokal yang kaya dan keberadaan komunitas Muslim yang besar di beberapa wilayah, Thailand menunjukkan bahwa negara ini memiliki potensi besar untuk memenuhi kebutuhan wisatawan Muslim. Thailand secara aktif menggunakan platform internasional untuk mempariwisataasikan citra positifnya sebagai destinasi halal, terutama kepada negara-negara berpenduduk mayoritas Muslim seperti Malaysia, Indonesia, dan negara-negara di Timur Tengah.<sup>63</sup>

Thailand menjalin strategi kemitraan dengan negara-negara Muslim untuk memperluas pasar halal. Wisatawan dari negara-negara seperti Arab Saudi, UEA, dan Malaysia menjadi target utama dalam promosi pariwisata halal. Investasi di sektor halal juga dilakukan untuk mendukung pertumbuhan ekonomi lokal,

---

<sup>62</sup> Destyani, "Halal Industry as Thai Public Diplomacy (Industri Halal Sebagai Diplomasi Publik Thailand)."

<sup>63</sup> Ibid.

termasuk pemberdayaan komunitas Muslim dalam pengembangan produk-produk halal. Dengan fokus pada pariwisata halal, Thailand berusaha menunjukkan kepada dunia bahwa negara ini tidak hanya tentang hiburan malam atau wisata seks, tetapi juga merupakan tempat yang menghargai nilai-nilai agama dan tradisi. Strategi ini juga membantu meningkatkan reputasi Thailand di komunitas internasional sebagai negara yang toleran, inklusif, dan berkomitmen pada keberlanjutan budaya.

Langkah-langkah ini telah berhasil meningkatkan jumlah wisatawan Muslim yang datang ke Thailand, khususnya dari negara-negara Timur Tengah dan Asia Tenggara.<sup>64</sup> Selain itu, citra Thailand sebagai negara yang ramah Muslim kini semakin kuat, menggantikan stigma sebelumnya sebagai destinasi seks pariwisata. Melalui diplomasi strategi ini, Thailand tidak hanya meningkatkan daya saing pariwisatanya tetapi juga membangun hubungan internasional yang lebih erat dengan negara-negara Muslim. Dengan keberhasilan ini, Thailand memberikan contoh bahwa transformasi citra suatu negara dapat dicapai melalui pariwisata berdasarkan nilai-nilai budaya dan keberagaman yang positif.

### 3.2 Fasilitas Turis Muslim

Thailand aktif mempromosikan kebudayaan dan nilai-nilai kebudayaan melalui kampanye digital dan media sosial yang menyasar audiens internasional, terutama wisatawan Muslim. Kampanye ini menampilkan keindahan destinasi Thailand, budaya lokal, serta produk halal, sehingga memperkenalkan negara ini sebagai destinasi ramah Muslim. Thailand berpartisipasi dalam pameran pariwisata global, seperti *Arabian Travel Market (ATM)*, *World Halal Travel Summit (WHTS)*

---

<sup>64</sup> Somyot Kaenhin, "An Exploratory Study on Tourism Authority of Thailand Organizational Image Attributes" (n.d.).

, dan pameran lainnya yang diselenggarakan di negara-negara mayoritas Muslim.<sup>65</sup> Di sini, Thailand mempromosikan berbagai destinasi halal, paket wisata, serta fasilitas yang mendukung kebutuhan wisatawan Muslim, termasuk makanan halal dan tempat ibadah.

Thailand memperkenalkan program pelatihan untuk staf di sektor pariwisata untuk memberikan layanan yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan Muslim.<sup>66</sup> Selain itu, Thailand menyediakan layanan informasi dalam berbagai bahasa, termasuk Bahasa Arab, Bahasa Indonesia, dan lainnya untuk mempermudah komunikasi dengan wisatawan dari negara-negara Muslim.<sup>67</sup> Pariwisata halal adalah segmen pariwisata yang tumbuh pesat secara global, dengan wisatawan Muslim mencari destinasi ramah Muslim dalam hal makanan halal, fasilitas ibadah, dan layanan yang sesuai dengan prinsip Islam.<sup>68</sup> Thailand, sebagai salah satu destinasi wisata internasional terbesar, ingin menarik lebih banyak wisatawan Muslim, khususnya dari negara-negara Timur Tengah dan Asia Tenggara.<sup>69</sup> Oleh karena itu, Thailand mulai memperkenalkan sertifikasi halal pada hotel, restoran, dan fasilitas wisata lainnya. Pemerintah, melalui lembaga seperti “TAT” , telah meluncurkan kampanye untuk mempromosikan Thailand sebagai "*Muslim Friendly Destination*", dengan banyak hotel, spa, dan restoran kini mendapatkan sertifikasi halal.<sup>70</sup> Salah satu bentuk promosi Thailand yaitu:

---

<sup>65</sup> E, “Thai Foreign Policy in the Form of Public Diplomacy Associated With the Halal Industry.”

<sup>66</sup> *Amazing Thailand*, n.d., <https://www.tourismthailand.org/home>.

<sup>67</sup> *Tourism Authority of Thailand*, n.d., <https://www.tourismthailand.org/accessibility/home>.

<sup>68</sup> Satriana and Faridah, “Halal Tourism: Development, Chance and Challenge.”

<sup>69</sup> Rokhaniyah and Almeira, “Strategi Diplomasi Publik Indonesia-Malaysia-Thailand Growth Triangle ( IMT-GT ) Dalam Meningkatkan Sektor Pariwisata Halal Di Asia Tenggara Data GMTI 2019.”

<sup>70</sup> Pakorn Priyakorn, “The Development of Halal Management System in Thailand : Significant Roles of the Central Islamic Council of Thailand,” no. August (2024).

## 1. *Halal Route*

Aplikasi Rute Halal diluncurkan pada tahun 2020 dan sejak itu menjadi alat penting bagi wisatawan Muslim yang mengunjungi Thailand.<sup>71</sup> Aplikasi ini memberikan panduan komprehensif tentang berbagai layanan sertifikasi halal, mulai dari makanan dan akomodasi hingga fasilitas ibadah dan tempat wisata. Aplikasi ini terus diperbarui dengan fitur-fitur baru dan kini dikenal luas sebagai salah satu alat paling andal bagi wisatawan halal yang menjelajahi Thailand.<sup>72</sup>

Aplikasi Halal Route dikembangkan oleh Halal Science Center di Universitas Chulalongkorn untuk memenuhi kebutuhan wisatawan Muslim yang sering mengalami kesulitan dalam menemukan restoran, akomodasi, dan fasilitas yang bersertifikat halal selama berada di Thailand. Menurut laporan, salah satu tantangan utama yang dihadapi wisatawan Muslim adalah mencari tempat makan dan penginapan yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Aplikasi ini menghubungkan wisatawan Muslim dengan berbagai layanan yang berpegang pada prinsip Islam. Associate Professor Winay Dahlan, direktur *Pusat Sains Halal Universitas Chulalongkorn*, mengatakan aplikasi ini mencakup semua aspek kebutuhan perjalanan umat Islam, tidak hanya makanan. Dari musala hingga tempat rekreasi yang dipisahkan berdasarkan *gender*, aplikasi ini memungkinkan wisatawan

---

<sup>71</sup> *Halal Route Application – Eat, Travel around Thailand, Safe and Sound Halal Style*, 2024, <https://www.chula.ac.th/en/highlight/185916/>.

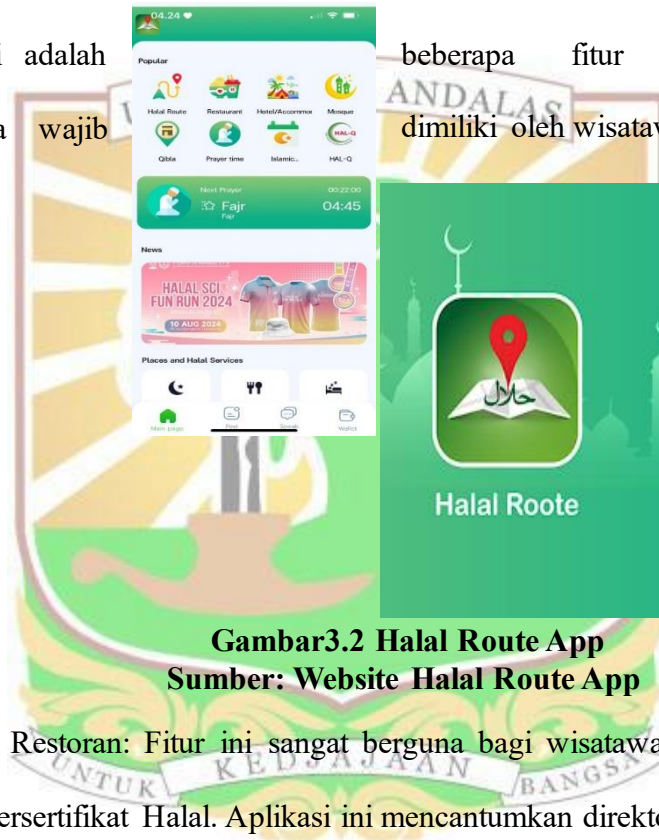
<sup>72</sup> *Ibid.*



Muslim untuk bepergian dengan tenang dengan menikmati liburan sambil menunaikan kewajiban agama.<sup>73</sup>

Aplikasi Halal Route telah diunduh lebih dari 10.000 kali hingga saat ini dan popularitasnya terus meningkat.<sup>74</sup> Aplikasi ini tersedia dalam bahasa Thailand, Inggris, dan Arab dan ditujukan untuk banyak wisatawan Muslim di seluruh dunia.

Di bawah ini adalah beberapa fitur utama yang menjadikannya wajib dimiliki oleh wisatawan Halal:<sup>75</sup>



**Gambar3.2 Halal Route App**  
**Sumber: Website Halal Route App**

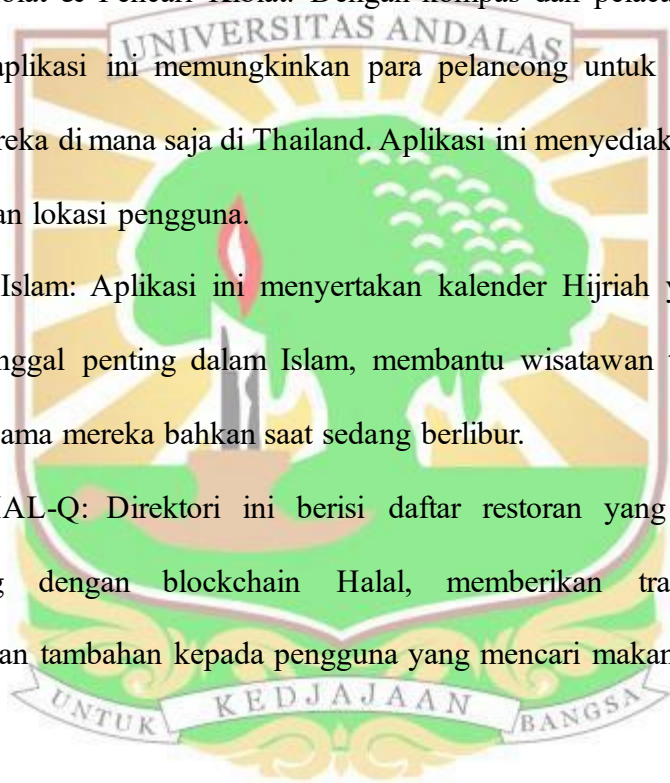
- a. Pencarian Restoran: Fitur ini sangat berguna bagi wisatawan yang mencari restoran bersertifikat Halal. Aplikasi ini mencantumkan direktori restoran halal di seluruh Thailand, termasuk informasi rinci tentang jenis masakan, kapasitas tempat duduk, dan lokasi. Aplikasi ini juga memberikan bantuan navigasi dengan Google Maps.

<sup>73</sup> Ibid.

<sup>74</sup> *Halal Route App: Safe Halal Travel and Dining Across Thailand*, n.d., <https://www.halaltimes.com/halal-route-app-safe-halal-travel-and-dining-across-thailand/>.

<sup>75</sup> Ibid.

- b. Daftar Fasilitas Akomodasi: Hotel dan akomodasi ramah Muslim juga terdaftar. Informasi lengkap mengenai fasilitas seperti musala dan layanan makanan halal juga disertakan.
- b. Pencari Masjid: Menemukan masjid saat bepergian mungkin sulit, namun aplikasi Rute Halal memudahkannya. Pencari Masjid menyediakan peta masjid terdekat sehingga wisatawan tidak pernah melewatkan salat.
- c. Waktu Sholat & Pencari Kiblat: Dengan kompas dan pelacak waktu sholat bawaan, aplikasi ini memungkinkan para pelancong untuk menjaga sholat harian mereka di mana saja di Thailand. Aplikasi ini menyediakan waktu sholat berdasarkan lokasi pengguna.
- d. Kalender Islam: Aplikasi ini menyertakan kalender Hijriah yang menyoroti tanggal-tanggal penting dalam Islam, membantu wisatawan tetap terhubung dengan agama mereka bahkan saat sedang berlibur.
- e. Sistem HAL-Q: Direktori ini berisi daftar restoran yang bersiap untuk bergabung dengan blockchain Halal, memberikan transparansi dan kepercayaan tambahan kepada pengguna yang mencari makanan bersertifikat Halal.



Strategi ini tidak hanya bertujuan untuk menarik wisatawan Muslim tetapi juga membangun citra positif Thailand sebagai negara yang inklusif dan ramah Muslim.<sup>76</sup> Melalui hubungan internasional ini, Thailand dapat memperkuat posisinya sebagai destinasi wisata yang memenuhi dan memenuhi kebutuhan wisatawan dari berbagai latar belakang budaya dan agama.

---

<sup>76</sup> Ibid.

### 3.3 Pengembangan Infrastruktur Pariwisata Halal Thailand

Strategi diplomasi pariwisata halal Thailand yang berbasis pada pengembangan infrastruktur di Thailand Selatan menggabungkan berbagai aspek, mulai dari pembangunan fasilitas halal, peningkatan konektivitas transportasi, pengembangan ekowisata halal, hingga kerjasama internasional.<sup>77</sup> Semua ini dirancang untuk menciptakan pengalaman wisata yang nyaman, ramah Muslim, dan sesuai dengan nilai-nilai Islam. Melalui strategi ini, Thailand Selatan tidak hanya menarik lebih banyak wisatawan Muslim tetapi juga memperkuat posisinya sebagai destinasi utama pariwisata halal di Asia Tenggara.

Melalui pengembangan infrastruktur pariwisata halal, mencakup pembangunan dan penyediaan fasilitas serta layanan yang sesuai dengan standar halal bagi wisatawan Muslim, memastikan bahwa mereka dapat menikmati pengalaman liburan yang nyaman dan sesuai dengan keyakinan agama mereka. Thailand Selatan, yang memiliki mayoritas penduduk Muslim, menjadi fokus utama dalam strategi diplomasi pariwisata halal Thailand. Pemerintah Thailand memanfaatkan keberagaman budaya dan agama di wilayah ini untuk mengembangkan infrastruktur yang mendukung kebutuhan wisatawan Muslim. Infrastruktur yang ramah Muslim ini tidak hanya menarik wisatawan dari negara-negara Muslim tetapi juga memperkenalkan Thailand sebagai destinasi wisata halal yang inklusif dan beragam.<sup>78</sup>

---

<sup>77</sup> *Rencana Pengembangan Pariwisata Nasional Thailand*  
(แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติของประเทศไทย), vol. 3, p. .

<sup>78</sup> E, "Thai Foreign Policy in the Form of Public Diplomacy Associated With the Halal Industry."

Pengembangan Thailand yang berbasis pada infrastruktur, dengan fokus pada Thailand Selatan.<sup>79</sup>

### 1. Pengembangan Fasilitas Halal di Destinasi Wisata Selatan Thailand

Thailand Selatan, yang meliputi provinsi seperti Pattani, Yala, Narathiwat, dan Songkhla, dikenal dengan kekayaan budaya Islam dan keindahan alamnya. Pemerintah Thailand telah mengidentifikasi wilayah ini sebagai pusat pariwisata halal dengan fokus pada penyediaan fasilitas yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan Muslim.

Langkah-langkah yang Diterapkan:

a. **Pembangunan Infrastruktur Wisata Halal:** Salah satu langkah utama yang diambil adalah pembangunan dan pengembangan destinasi wisata halal, termasuk masjid yang nyaman bagi wisatawan untuk melaksanakan ibadah, restoran dengan sertifikasi halal, dan penginapan yang memiliki fasilitas khusus untuk wisatawan Muslim. Beberapa destinasi wisata halal di selatan Thailand meliputi Masjid Krue Se di Pattani, serta sejumlah pusat budaya dan pasar halal yang menarik minat wisatawan Muslim.

b. **Fasilitas Penginapan dan Hotel Ramah Muslim:** Hotel dan penginapan di kawasan selatan Thailand menawarkan berbagai fasilitas yang mendukung kebutuhan wisatawan Muslim, seperti area sholat, makanan halal, dan pemisahan fasilitas pria dan wanita untuk menjaga privasi. Penginapan yang ramah Muslim ini dirancang untuk memberikan kenyamanan dan pengalaman menginap yang sesuai dengan norma dan nilai Islam.

### 2. Pengembangan Fasilitas Transportasi yang Mendukung Wisata Halal

---

<sup>79</sup> Purnama, Konety, and Ridho Subarkah, "Diplomasi Publik Thailand Melalui Industri Halal."



Pentingnya aksesibilitas dalam mendukung pariwisata halal menjadi fokus utama di Thailand Selatan. Pemerintah Thailand telah bekerja sama dengan berbagai pihak untuk meningkatkan konektivitas transportasi di wilayah ini, baik melalui jalur udara, darat, maupun laut, guna memudahkan wisatawan Muslim dalam menjelajahi daerah tersebut.

Langkah-langkah yang Diterapkan:

a. Penerbangan Langsung ke Thailand Selatan: Thailand mempromosikan penerbangan langsung dari negara-negara mayoritas Muslim seperti Indonesia, Malaysia, dan Timur Tengah menuju bandara utama di Thailand Selatan, seperti Bandara Internasional Hat Yai. Penerbangan langsung ini bertujuan untuk meningkatkan kedatangan wisatawan Muslim, dengan memperhatikan kenyamanan perjalanan mereka, termasuk ketersediaan layanan makanan halal dan fasilitas ibadah di pesawat.

b. Transportasi Darat dan Laut yang Ramah Muslim: Fasilitas transportasi lokal yang ramah Muslim, seperti layanan bus dan taksi yang menyediakan fasilitas sholat di perjalanan, juga ditingkatkan di wilayah selatan Thailand. Selain itu, layanan feri yang menghubungkan pulau-pulau wisata di sekitar Thailand Selatan juga mengakomodasi wisatawan Muslim dengan menyediakan fasilitas halal di sepanjang perjalanan.

### 3. Promosi dan Pengembangan Ekowisata Halal

Thailand Selatan tidak hanya terkenal dengan warisan budaya Islamnya, tetapi juga dengan keindahan alam yang luar biasa. Oleh karena itu, salah satu

strategi diplomasi pariwisata halal yang diterapkan adalah pengembangan ekowisata halal yang menggabungkan elemen pelestarian alam dan keberagaman budaya.

Langkah-langkah yang Diterapkan:

a. Wisata Alam dan Budaya Halal: Thailand Selatan menawarkan berbagai pengalaman wisata yang menggabungkan keindahan alam, seperti wisata pantai, taman nasional, dan ekowisata dengan nilai-nilai budaya Islam. Program wisata halal ini mengedepankan penghormatan terhadap prinsip halal dalam berbagai aktivitas, seperti wisata religi, kunjungan ke masjid bersejarah, serta interaksi dengan masyarakat lokal yang masih menjaga tradisi Islam.

b. Festival dan Acara Budaya Halal: Untuk menarik wisatawan Muslim, Thailand Selatan juga menggelar berbagai festival dan acara budaya yang berfokus pada pengalaman halal. Festival kuliner halal, pertunjukan seni dan budaya Islam, serta pameran kerajinan tangan dari komunitas Muslim di Thailand Selatan menjadi daya tarik tambahan bagi wisatawan Muslim.

## 5. Pengembangan Sertifikasi Halal untuk Industri Pariwisata

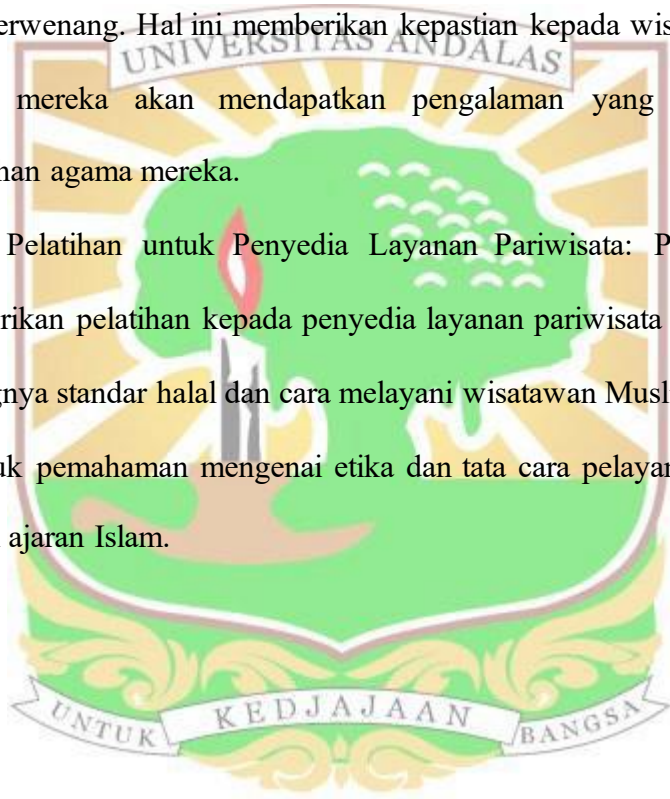
Untuk memperkuat citra Thailand sebagai destinasi wisata halal, pemerintah Thailand bekerja sama dengan berbagai lembaga untuk mengembangkan sistem sertifikasi halal yang diakui secara internasional untuk industri pariwisata di wilayah selatan. Sertifikasi ini mencakup berbagai sektor, mulai dari restoran, hotel,

hingga layanan tur, yang memastikan bahwa semua layanan yang diberikan memenuhi standar halal.

Langkah-langkah yang Diterapkan:

a. Sertifikasi Halal untuk Restoran dan Hotel: Restoran dan hotel di Thailand Selatan yang menyajikan makanan halal atau menyediakan layanan yang ramah Muslim memperoleh sertifikasi halal dari lembaga yang berwenang. Hal ini memberikan kepastian kepada wisatawan Muslim bahwa mereka akan mendapatkan pengalaman yang sesuai dengan kebutuhan agama mereka.

b. Pelatihan untuk Penyedia Layanan Pariwisata: Pemerintah juga memberikan pelatihan kepada penyedia layanan pariwisata lokal mengenai pentingnya standar halal dan cara melayani wisatawan Muslim dengan baik, termasuk pemahaman mengenai etika dan tata cara pelayanan yang sesuai dengan ajaran Islam.



## BAB IV

### ANALISIS STRATEGI DIPLOMASI PARIWISATA HALAL THAILAND

Bab ini membahas upaya strategi diplomasi pariwisata yang dilakukan Thailand melalui pariwisata halal sebagai bentuk upaya Thailand dalam memperkuat posisinya di pasar global. Pada bab ini difokuskan pada tiga pendekatan utama yaitu diplomasi bilateral dan diplomasi multilateral.

#### 4.1 Diplomasi Bilateral

Strategi Diplomasi melalui hubungan diplomatik Bilateral adalah pendekatan yang dilakukan oleh suatu negara untuk mempromosikan sektor pariwisatanya melalui kerja sama dengan negara lain secara langsung.<sup>80</sup> Hubungan ini biasanya bertujuan untuk mencapai kepentingan bersama dalam berbagai bidang, seperti politik, ekonomi, budaya, dan pariwisata. Strategi ini melibatkan upaya diplomatik untuk membangun hubungan yang saling menguntungkan, dengan tujuan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, memperkuat citra positif negara, serta mendorong pertumbuhan ekonomi dari sektor pariwisata.

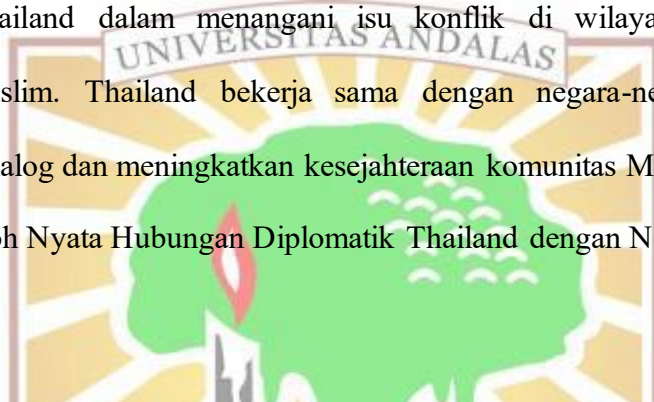
Thailand secara aktif membangun hubungan diplomatik bilateral dengan negara-negara Muslim, baik untuk meningkatkan kerja sama ekonomi, mempererat hubungan budaya, maupun menciptakan stabilitas regional. Sebagai negara dengan mayoritas penduduk Buddha namun memiliki komunitas Muslim yang signifikan, terutama di wilayah selatan, Thailand memiliki kepentingan strategis untuk menjalin hubungan baik dengan dunia Muslim. Thailand memanfaatkan hubungan

---

<sup>80</sup> Zhu et al., "Chinese Tourism Diplomacy: A Chinese-Style Modernity Review."



bilateral untuk mempromosikan ekspor produk-produk halal, yang menjadi salah satu unggulan ekonominya. Industri makanan halal Thailand telah mendapatkan pengakuan internasional, dan Thailand sering bekerja sama dengan negara-negara Muslim, seperti Arab Saudi, Malaysia, dan Indonesia, untuk meningkatkan perdagangan produk-produk ini. Hubungan baik dengan negara-negara Muslim, terutama di Asia Tenggara seperti Malaysia, Brunei, dan Indonesia, penting untuk membantu Thailand dalam menangani isu konflik di wilayah selatan yang mayoritas Muslim. Thailand bekerja sama dengan negara-negara ini untuk memperkuat dialog dan meningkatkan kesejahteraan komunitas Muslim di wilayah tersebut. Contoh Nyata Hubungan Diplomatik Thailand dengan Negara Muslim:



#### 4.1.1 UEA

Thailand dan Uni Emirat Arab saling menjalin hubungan diplomatik pada 12 Desember 1975. Thailand membuka konsulat jenderal di Dubai pada Januari 1992 dan kedutaan besar di Abu Dhabi pada Januari 1992. Uni Emirat Arab membuka kedutaan di Bangkok pada bulan April 1998. Pada tanggal 25 Juli 2007, Dewan Kota Uni Emirat Arab mengeluarkan resolusi yang menyetujui stempel Halal dari Komite Islam Pusat Thailand dalam mensertifikasi rumah potong ayam yang benar sesuai prinsip agama dan pabrik pengolahan daging ayam di Thailand. Resolusi ini memungkinkan Thailand mengekspor ayam rebus halal ke Uni Emirat Arab.<sup>81</sup> Dan resolusi sertifikasi ini membuka peluang produk halal Thailand di Timur Tengah. Pasalnya, UEA merupakan pusat ekspor halal terpenting di kawasan

---

<sup>81</sup> Abu Dhabi Thai Embassy, "No Title," n.d., <https://abudhabi.thaiembassy.org/th/content/18939-ภูมิภาคและสถานะปัจจุบัน?cate=5f20eda671c05359785aa636>.

ini ke negara lain. di Timur Tengah, Afrika dan negara-negara CIS (Commonwealth of Independent States).

Thailand secara konsisten berpartisipasi dalam Gulfood, pameran makanan dan minuman terbesar di dunia yang diadakan setiap tahun di Dubai, Uni Emirat Arab. Partisipasi ini merupakan bagian dari strategi Thailand untuk mempromosikan produk makanan dan minuman, termasuk produk halal, ke pasar internasional, khususnya Timur Tengah. Perusahaan Thailand, seperti Thai Wah, turut serta dalam Gulfood Manufacturing 2024 yang berlangsung dari 5 hingga 7 November 2024 di Dubai World Trade Centre.<sup>82</sup> Partisipasi ini menunjukkan komitmen Thailand dalam industri manufaktur makanan dan minuman di pasar global.

Thailand memanfaatkan platform Gulfood untuk mempromosikan produk halal, sejalan dengan ambisinya menjadi pusat halal di Asia Tenggara pada tahun 2028. Produk yang dipamerkan mencakup makanan, minuman, dan bahan makanan yang telah mendapatkan sertifikasi halal, menarik minat pembeli dari Timur Tengah dan wilayah lain. Partisipasi aktif Thailand dalam pameran internasional seperti Gulfood mencerminkan upaya negara ini untuk memperluas pasar ekspor produk makanan dan minuman, khususnya yang bersertifikasi halal, serta memperkuat hubungan dagang dengan negara-negara di Timur Tengah dan sekitarnya.<sup>83</sup>

Thailand aktif mempromosikan sektor pariwisata halal di pasar Arab, terutama melalui pameran pariwisata internasional yang diadakan di negara-negara

---

<sup>82</sup> Dubai Thai Embassy, "Royal Thai Consulate-General, Dubai, United Arab Emirates," n.d., <https://dubai.thaiembassy.org/en/index>.

<sup>83</sup> Ibid.

Teluk, seperti Arabian Travel Market di Dubai atau Saudi Travel and Tourism Investment Market (STTIM) di Arab Saudi. Di sini, Thailand memamerkan destinasi-destinasi yang ramah Muslim dan mengundang agen perjalanan dari negara-negara Arab untuk bekerjasama dalam menawarkan paket wisata halal. Thailand dan negara-negara Arab, khususnya Arab Saudi, juga bekerja sama untuk meningkatkan aksesibilitas melalui penerbangan langsung.<sup>84</sup> Penerbangan langsung antara Jeddah (Arab Saudi) dan Bangkok atau Phuket semakin diperbanyak. Hal ini memudahkan wisatawan dari Arab Saudi dan negara-negara Teluk lainnya untuk mengunjungi Thailand tanpa perlu transit di negara lain, yang tentunya meningkatkan minat mereka untuk berwisata ke Thailand.

Thailand juga terlibat dalam berbagai forum internasional yang membahas pariwisata halal, seperti World Halal Travel Summit yang diadakan di Dubai.<sup>85</sup> Dalam forum ini, Thailand tidak hanya mempromosikan destinasi halal, tetapi juga membahas peluang kerjasama lebih lanjut dengan negara-negara Arab dalam mengembangkan pariwisata halal secara global. Pemerintah Thailand dan sektor pariwisata lokal bekerja sama untuk menyediakan lebih banyak fasilitas yang ramah Muslim, seperti masjid dan tempat ibadah di destinasi wisata populer seperti Bangkok, Phuket, dan Chiang Mai. Hotel-hotel di Thailand juga mulai menyediakan layanan khusus seperti makanan halal, arah kiblat di kamar, serta ruang shalat untuk pengunjung Muslim.

---

<sup>84</sup> Homme Polisse, "Thai Airways Membuka Rute Penerbangan Baru 'Bangkok-Jeddah' Menciptakan Pengalaman Keajaiban, Pesona, Keajaiban. Pusat Arab Saudi Ibarat Penghubung Ke Berbagai Kota." (n.d.), [https://hommesthailand.com/2022/07/thai-airways-jeddah\\_rhunrun/](https://hommesthailand.com/2022/07/thai-airways-jeddah_rhunrun/).

<sup>85</sup> Destyani, "Halal Industry as Thai Public Diplomacy (Industri Halal Sebagai Diplomasi Publik Thailand)."

Thailand telah memperbarui kebijakan visanya untuk memudahkan wisatawan dari UEA yang ingin berkunjung. Mulai 1 Juni 2024, pemegang paspor biasa dari 93 negara dan wilayah, termasuk UEA, berhak atas bebas visa untuk tujuan pariwisata, urusan bisnis, atau pekerjaan mendesak, dengan masa tinggal tidak melebihi 60 hari, yang dapat diperpanjang hingga 30 hari.<sup>86</sup> Sebelumnya, masa tinggal bebas visa bagi wisatawan dari negara-negara tersebut dibatasi hingga 30 hari. Perubahan ini diharapkan dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan internasional ke Thailand. Selain itu, pemegang paspor biasa dari 31 negara dan wilayah dapat mengajukan visa on arrival (VOA) di pos pemeriksaan imigrasi untuk tujuan pariwisata, dengan masa tinggal tidak melebihi 15 hari. Dengan kebijakan visa yang lebih mudah ini, Thailand berharap dapat menarik lebih banyak wisatawan dari UEA dan negara-negara lain, serta mendorong mereka untuk tinggal lebih lama dan berkontribusi pada perekonomian lokal.

Tahun 2021 masih dipengaruhi oleh pandemi, dengan jumlah kunjungan yang sangat rendah. Thailand mengalami penurunan drastis dalam kedatangan wisatawan secara keseluruhan, termasuk dari UEA. Pada 2022 Thailand mulai pulih secara bertahap, menerima sekitar 11,15 juta wisatawan mancanegara. UEA pada tahun 2022 tercatat sekitar 65 ribu wisatawan datang mengunjungi Thailand.<sup>87</sup> Thailand mencatatkan lebih dari 28 juta pengunjung internasional pada 2023, dengan pertumbuhan yang sangat tinggi dibandingkan tahun sebelumnya UEA mendatangkan turis yaitu sebanyak 138 ribu wisatawan.<sup>88</sup> Data menunjukkan

---

<sup>86</sup> *Amazing Thailand*, "Diumumkan, Daftar 93 Negara, Bebas Visa, Perjalanan Ke Thailand Selama 60 Hari," n.d., <https://thai.tourismthailand.org/Articles/visa-free-entry-to-thailand>.

<sup>87</sup> Kementerian Pariwisata Olahraga Thailand, *สถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทย ม.ค. - ธ.ค. ปี 2566 (เบื้องต้น) (International Tourist Arrivals to Thailand Jan - Dec 2023)*, 2023, <https://www.mots.go.th/news/category/706>.

<sup>88</sup> *Ibid.*



bahwa Thailand menerima banyak wisatawan dari negara-negara Timur Tengah, termasuk UEA. Kebijakan visa yang lebih mudah dan promosi pariwisata yang agresif telah menarik lebih banyak wisatawan dari UEA

Berdasarkan penjelasan tersebut, dengan menciptakan Diplomasi bilateral dengan negara Arab Saudi, telah menjadi fokus penting dalam meningkatkan aliran wisatawan Muslim dari kawasan Timur Tengah ke Thailand. Thailand menyadari potensi besar pasar pariwisata halal di kawasan ini dan telah melakukan berbagai upaya untuk menjalin hubungan lebih erat, baik dalam hal berpartisipasi dalam kegiatan pariwisata yang dilakukan Arab, adanya penerbangan langsung Jeddah-Bangkok serta kebebasan wajib visa untuk masyarakat Arab yang ingin berkunjung ke Thailand menjadi upaya Diplomasi Bilateral yang dilakukan oleh kedua negara ini.

#### **4.1.2 Malaysia**

Hubungan diplomatik antara Thailand dan Malaysia telah berlangsung lama dan menunjukkan kedalaman kerjasama dalam berbagai bidang, salah satunya adalah pariwisata. Sebagai negara mayoritas Muslim, Malaysia memiliki potensi besar dalam menjalin hubungan pariwisata halal dengan Thailand, yang kini semakin giat mempromosikan dirinya sebagai destinasi wisata ramah Muslim.<sup>89</sup> Thailand, dengan keanekaragaman budayanya dan peningkatan fasilitas yang mendukung kebutuhan Muslim, telah memanfaatkan kedekatannya dengan Malaysia untuk menarik wisatawan Muslim, khususnya dalam hal wisata halal yang meliputi

---

<sup>89</sup> Nurjanah and Muhammad Novan Prasetya, "Kerjasama Indonesia, Malaysia, Thailand Growth-Triangle ( Imt-Gt ) Dalam Memajukan Wisata Halal," *Fisk* 3, no. 1 (2022): 64–76.

kuliner halal, tempat ibadah, dan akomodasi yang sesuai dengan prinsip Islam. Pemerintah Thailand, melalui TAT, telah merancang strategi khusus untuk mengembangkan sektor wisata halal.

Thailand dan Malaysia telah berbagi ikatan ekonomi dan sosial selama beberapa dekade. Salah satu sudutnya seperti tetangga yang mempunyai perbatasan dengan Thailand di bagian selatan. Ada hubungan antar manusia dalam hal perdagangan dan perjalanan, serta pembangunan bersama di wilayah maritim yang tumpang tindih. Aspek lain dari memiliki kesamaan dan kesamaan budaya dalam masyarakat perbatasan selatan. Baik budaya Melayu-Muslim dan budaya Tionghoa perantauan.

Hubungan bilateral antara Thailand dan Malaysia terus berkembang seiring dengan semakin eratnya kerja sama di berbagai sektor, termasuk dalam pengembangan industri halal. Kedua negara menyadari pentingnya sektor halal sebagai pendorong utama pertumbuhan ekonomi, perdagangan, dan pariwisata, khususnya di kawasan Asia Tenggara yang memiliki populasi Muslim terbesar di dunia. Settha Thavisin, Perdana Menteri dan Menteri Keuangan Thailand menyambut Dato Seri Anwar Ibrahim, Perdana Menteri Malaysia yang sedang melakukan *working visit* pada 27 November 2023.<sup>90</sup> Sebagai bentuk komitmen bersama, Thailand dan Malaysia mendirikan “*Departemen Halal*” yang bertujuan untuk memperkuat industri halal di kedua negara, sekaligus memposisikan ASEAN

---

<sup>90</sup> Standard Team, “นายคช ุไทย-มาเลเซียหารือทวิภาคีต่อยอดความร่วมมือพัฒนาชายแดน เตรียมตั้ง ‘กรมฮาลาล’ กำหนดมาตรฐานสินค้า-อาหาร (Perdana Menteri Thailand-Malaysia Mengadakan Diskusi Bilateral Untuk Kerjasama Lebih Lanjut Dalam Pengembangan Perbatasan, Mempersiapkan Pembentukan,” *The STANDARD*, 2023, <https://thestandard.co/pm-thai-malaysia-halal-department/>.

sebagai pusat halal global.<sup>91</sup> Inisiatif ini tidak hanya mencerminkan hubungan diplomatik yang solid tetapi juga menggaris bawahi visi strategis kedua negara dalam memanfaatkan potensi besar pasar halal global yang terus berkembang.

Dalam pelaksanaan kerja sama ini, Malaysia, yang dikenal sebagai pemimpin global dalam sertifikasi halal melalui lembaga seperti Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (JAKIM), memberikan kontribusi signifikan dengan menyediakan standar halal yang diakui internasional. Selain itu, Malaysia juga berbagi pengalaman dalam pengelolaan ekosistem halal, termasuk pelatihan bagi pelaku industri di Thailand, transfer teknologi halal, dan dukungan dalam menciptakan sistem sertifikasi yang kredibel.<sup>92</sup> Di sisi lain, Thailand memanfaatkan keunggulannya sebagai destinasi wisata utama dunia dengan memperkuat infrastruktur halal di sektor pariwisata. Thailand berfokus pada pengembangan destinasi ramah Muslim, terutama di wilayah selatan seperti Pattani, Yala, dan Songkhla, yang memiliki komunitas Muslim besar. Selain itu, Thailand juga meningkatkan sertifikasi halal pada produk makanan dan minuman yang diekspor, guna memenuhi permintaan pasar halal global.

Kolaborasi ini membawa manfaat besar bagi kedua negara. Bagi Malaysia, kerja sama ini membuka peluang untuk memperluas pengaruhnya dalam industri halal di kawasan Asia Tenggara dan meningkatkan ekspor produk halal ke Thailand. Sementara itu, Thailand mendapatkan akses ke sistem sertifikasi halal yang lebih terstandarisasi, sehingga meningkatkan daya saing produk dan layanan halalnya di pasar internasional. Selain itu, kerja sama ini juga memperkuat daya tarik Thailand

---

<sup>91</sup> Aamer Yaqub, "Malaysia and Thailand Strengthen Economic Partnership to Boost Regional Trade and Growth," *THE HALAL TIMES*, 2024, <https://www.halaltimes.com/malaysia-and-thailand-strengthen-economic-partnership-to-boost-regional-trade-and-growth/>.

<sup>92</sup> Ibid.

sebagai destinasi wisata halal, khususnya bagi wisatawan Muslim dari Malaysia, Indonesia, dan Timur Tengah. Namun, keberhasilan kerja sama ini juga menghadapi tantangan, seperti menyelaraskan standar halal yang berbeda, meningkatkan kesadaran lokal tentang pentingnya industri halal, dan bersaing dengan negara-negara lain seperti Indonesia dan Brunei yang juga aktif dalam mempromosikan industri halal mereka.

Secara keseluruhan, pendirian Departemen Halal sebagai hasil kerja sama bilateral antara Thailand dan Malaysia mencerminkan komitmen kedua negara untuk memanfaatkan potensi besar industri halal secara optimal.<sup>93</sup> Dengan menyelaraskan keunggulan masing-masing negara, inisiatif ini tidak hanya memperkuat hubungan diplomatik tetapi juga berkontribusi pada pembangunan ekonomi yang berkelanjutan. Kolaborasi ini diharapkan mampu menjadikan ASEAN sebagai pusat industri halal dunia, sekaligus memberikan manfaat jangka panjang bagi masyarakat di kedua negara dan kawasan secara keseluruhan.

Thailand dan Malaysia sering bekerja sama dalam mempromosikan pariwisata halal melalui berbagai acara dan pameran internasional. Mereka sering hadir bersama dalam pameran pariwisata internasional seperti “*MATTA Fair*” di Malaysia dan “*Thailand Tourism Festival*” yang mengangkat tema pariwisata halal.<sup>94</sup> Kerja sama ini bertujuan untuk menarik wisatawan Muslim, khususnya dari Malaysia, untuk mengunjungi Thailand. Baik Thailand dan Malaysia mengembangkan paket wisata bersama yang menasar wisatawan Muslim, dengan mencakup destinasi halal di kedua negara. Melalui paket wisata ini, turis Malaysia

---

<sup>93</sup> Team, “นายฯ ไทย-มาเลเซียหารือทวิภาคีต่อยอดความร่วมมือพัฒนาชายแดน เตรียมตั้ง ‘กรมฮาลาล’ กำหนดมาตรฐานสินค้า-อาหาร (Perdana Menteri Thailand-Malaysia Mengadakan Diskusi Bilateral Untuk Kerjasama Lebih Lanjut Dalam Pengembangan Perbatasan, Mempersiapkan Pembentukan.”

<sup>94</sup> “MATTA FAIR” (n.d.), <https://mattafair.org.my/index.php/en/>.



dapat mengunjungi Thailand dengan kenyamanan bahwa mereka akan mendapat fasilitas yang sesuai dengan kebutuhan agama Islam, seperti makanan halal, tempat shalat, dan tur yang mengedepankan nilai-nilai Islam. Agensi pariwisata kedua negara, seperti TAT dan Tourism Malaysia, sering bekerja sama dalam merancang dan mengimplementasikan strategi untuk mempromosikan pariwisata halal. Kolaborasi ini juga termasuk berbagi informasi dan riset mengenai tren pariwisata Muslim, serta menciptakan kampanye pemasaran yang dapat menarik wisatawan Muslim, khususnya dari Malaysia.<sup>95</sup>

Untuk memfasilitasi perjalanan antara Malaysia dan Thailand, kedua negara meningkatkan konektivitas transportasi, baik melalui penerbangan langsung antara kota-kota besar di Malaysia dan Thailand maupun menerapkan kebijakan bebas visa bagi wisatawan Malaysia untuk mendorong kunjungan dan memperkuat sektor pariwisata.<sup>96</sup> Pemegang paspor biasa Malaysia dapat memasuki Thailand tanpa visa untuk kunjungan wisata dengan durasi tertentu. Selain itu, Thailand telah memperpanjang masa tinggal bebas visa bagi wisatawan dari berbagai negara, termasuk Malaysia, dari 30 hari menjadi 45 hari. Langkah ini diharapkan dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan internasional. Kebijakan bebas visa ini merupakan bagian dari strategi Thailand untuk meningkatkan daya saing pariwisata di kawasan Asia Tenggara. Dengan kebijakan ini, Thailand berharap dapat menarik

---

<sup>95</sup> Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia, "Indonesia-Malaysia-Thailand Growth Triangle (IMT-GT)," *Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia*, last modified 2019, accessed December 22, 2023, [https://kemlu.go.id/portal/id/read/162/halaman\\_list\\_lainnya/indonesia-malaysia-thailand-growth-triangle-imt-gt](https://kemlu.go.id/portal/id/read/162/halaman_list_lainnya/indonesia-malaysia-thailand-growth-triangle-imt-gt).

<sup>96</sup> Thailand, "Diumumkan, Daftar 93 Negara, Bebas Visa, Perjalanan Ke Thailand Selama 60 Hari."

lebih banyak wisatawan Malaysia, memperkuat hubungan bilateral, dan mendorong pertumbuhan ekonomi melalui sektor pariwisata.

Pada tahun 2023, Thailand mencatatkan lebih dari 28 juta pengunjung internasional.<sup>97</sup> Dari jumlah tersebut, wisatawan Malaysia mencapai sekitar 4,6 juta.<sup>98</sup> Meningkat lebih dari dua kali lipat sebelumnya pada tahun 2022, jumlah wisatawan Malaysia yang datang mengunjungi Thailand hanya sebanyak 1,9 juta.<sup>99</sup> Wisatawan Malaysia menjadikannya salah satu negara penyumbang terbesar untuk pariwisata Thailand. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun ada fluktuasi bulanan dalam kedatangannya, Malaysia tetap menjadi pasar penting bagi pariwisata Thailand. Pemulihan sektor pariwisata Thailand dan meningkatnya daya tarik negara Thailand dikalangan wisatawan Malaysia.

Berdasarkan penjelasan tersebut, dengan adanya Departemen Halal , partisipasi pada kegiatan promosi pariwisata halal , penerbangan langsung dan kebebasan visa yang dibuat oleh Thailand dan Malaysia merupakan bentuk langkah yang sangat bagus bagi Thailand untuk dapat mempromosikan Pariwisata Halal negara ke Malaysia. Dengan adanya Kerjasama Bilateral ini Thailand dapat membuktikan kepada turis Malaysia yang ingin berkunjung bahwa Thailand merupakan salah satu negara yang ramah muslim yang harus dikunjungi turis Malaysia.

---

<sup>97</sup> Olahraga Thailand, *สถิตินักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทย ม.ค. - ธ.ค. ปี 2566 (เบื้องต้น)* ( *International Tourist Arrivals to Thailand Jan - Dec 2023*).

<sup>98</sup> Ibid.

<sup>99</sup> Ibid.

### 4.1.3 Indonesia

Thailand telah membina hubungan bilateral yang lebih dekat dengan Indonesia, terutama di sektor pariwisata. Ini termasuk upaya kolaborasi melalui kunjungan resmi, delegasi perdagangan, dan pertukaran budaya. Kedua negara telah menandatangani nota kesepahaman yang mencakup berbagai aspek kerja sama, termasuk pariwisata, dengan penekanan khusus pada pariwisata halal.<sup>100</sup> Upaya diplomatik ini menciptakan platform untuk bersama-sama mempromosikan tujuan dan pengalaman yang memenuhi kebutuhan para pelancong Muslim.

Strategi diplomatik Thailand ke Indonesia memainkan peran penting dalam mempererat hubungan antara kedua negara, terutama di sektor pariwisata. Sebagai negara dengan hubungan budaya dan ekonomi yang erat, Thailand telah mengimplementasikan berbagai langkah untuk mempromosikan diri sebagai destinasi wisata yang ramah Muslim, khususnya bagi wisatawan dari Indonesia, yang merupakan negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia.<sup>101</sup> Thailand dan Indonesia telah berkolaborasi dalam pengembangan standar halal dan sertifikasi halal untuk industri pariwisata.<sup>102</sup> Indonesia memiliki pengalaman yang lebih luas dalam sertifikasi halal, sehingga Thailand belajar dari praktik terbaik Indonesia dalam hal sertifikasi restoran, hotel, dan layanan lainnya yang memenuhi kebutuhan wisatawan Muslim. Kerjasama ini memperkuat kredibilitas Thailand sebagai

---

<sup>100</sup> "MOU BETWEEN THE GOVERNMENT OF THAILAND AND INDONESIA ON TOURISM COOPERATION," 2003.

<sup>101</sup> GMTI, "M a Ster Ca R D," no. June (2023): 66.

<sup>102</sup> Karjaya, "Implementasi Konsep Halal Tourism Dan Konvensional Thailand Dalam Meningkatkan Foreign Direct Investment Di Nusa Tenggara Barat."

destinasi wisata halal dan meningkatkan kualitas layanan yang ditawarkan kepada wisatawan Muslim.<sup>103</sup>

Dalam rangka meningkatkan sektor pariwisata halal, Thailand dan Indonesia melakukan pertukaran pengetahuan dan pengalaman dalam mengembangkan destinasi dan fasilitas halal. Thailand mengadopsi beberapa kebijakan yang diterapkan di Indonesia, seperti menyediakan ruang shalat di hotel-hotel besar dan meningkatkan jumlah restoran halal. Sebaliknya, Indonesia juga memanfaatkan pengalaman Thailand dalam mengembangkan sektor pariwisata yang berbasis pada keberagaman budaya, yang dapat menarik wisatawan dari berbagai negara.<sup>104</sup>

Thailand memberikan kemudahan bagi warga negara Indonesia dengan membebaskan kewajiban visa untuk kunjungan singkat.<sup>105</sup> Berdasarkan ketentuan yang berlaku, warga negara Indonesia dapat memasuki Thailand tanpa visa untuk tujuan wisata atau bisnis dengan durasi tinggal maksimal 30 hari.<sup>106</sup> Kebijakan ini berlaku baik bagi turis yang memasuki Thailand melalui bandara internasional maupun perbatasan darat yang sah. Ketentuan ini memungkinkan wisatawan Indonesia untuk menikmati liburan atau melakukan kegiatan bisnis tanpa harus mengajukan visa terlebih dahulu, asalkan memenuhi syarat-syarat yang ditentukan, seperti memiliki tiket pulang dan bukti akomodasi selama di Thailand. Namun, jika durasi kunjungan melebihi 30 hari atau tujuan perjalanan adalah untuk bekerja atau

---

<sup>103</sup> Yunus Sulistyono et al., *Thailand's Halal Gastro Diplomacy to Indonesia: A Study from the Glocalization Perspective*, n.d.

<sup>104</sup> Ibid.

<sup>105</sup> Thailand, "Diumumkan, Daftar 93 Negara, Bebas Visa, Perjalanan Ke Thailand Selama 60 Hari."

<sup>106</sup> Ibid.



tinggal lebih lama, maka warga Indonesia diharuskan untuk mengajukan visa sesuai dengan jenis kunjungan yang diperlukan. Kebijakan bebas visa ini memberikan kemudahan dan memperkuat hubungan antara Thailand dan Indonesia, namun tetap dapat berubah sesuai dengan kebijakan pemerintah Thailand.

Thailand secara teratur menghadiri Pameran Halal Internasional Indonesia, acara besar lainnya yang didedikasikan untuk pariwisata, produk, dan layanan halal. Melalui platform ini, TAT mempromosikan sektor pariwisata halal Thailand yang sedang berkembang, menekankan layanan seperti makanan halal, fasilitas sholat, dan pengalaman budaya Islam. Acara-acara ini juga mendorong kolaborasi dengan agen perjalanan dan bisnis Indonesia, meningkatkan jumlah wisatawan Muslim Indonesia ke Thailand. Dengan berpartisipasi dalam pameran ini, Thailand bertujuan untuk memperkuat posisinya sebagai tujuan ramah halal terkemuka di Asia Tenggara, menarik lebih banyak turis Muslim Indonesia yang mencari pengalaman perjalanan yang sensitif secara budaya. Pada tahun 2023, tercatat lebih dari 900.000 wisatawan Indonesia mengunjungi Thailand, dengan target mencapai 900.000 untuk tahun 2024.<sup>107</sup> Sebelumnya, pada tahun 2022, angka tersebut lebih rendah, namun Thailand terus memanfaatkan kedekatannya dengan Indonesia serta biaya yang terjangkau untuk menarik lebih banyak wisatawan, termasuk dari kalangan milenial dan Gen Z.

Berdasarkan hal tersebut, berbagai upaya yang dilakukan Thailand untuk Indonesia merupakan strategi diplomasi bilateral untuk mempergaruhi masyarakat Indonesia untuk terus berkunjung ke Thailand. Dengan melakukan pertukaran

---

<sup>107</sup> Kementerian Pariwisata Dan Olahraga Thailand, n.d., <https://mots.go.th/news/category/758>.

pengalaman bidang pariwisata halal serta membuat kebijakan bebas visa masuk ke Thailand turis Indonesia tidak akan kesulitan jika ingin berkunjung ke Thailand.

## 4.2 Diplomasi Multilateral

Diplomasi multilateral adalah bentuk diplomasi yang melibatkan lebih dari dua negara dalam suatu proses negosiasi atau kerjasama untuk mencapai tujuan bersama.<sup>108</sup> Dalam diplomasi multilateral, negara-negara berkolaborasi melalui forum internasional, organisasi regional, atau konferensi global untuk membahas isu-isu yang mempengaruhi banyak pihak, seperti keamanan, perdagangan, lingkungan, dan hak asasi manusia.<sup>109</sup>

Thailand telah menggunakan berbagai strategi diplomatik multilateral untuk mempromosikan pariwisata halal dan memposisikan dirinya sebagai tujuan utama bagi para pelancong Muslim. Strategi ini sering melibatkan kolaborasi dengan organisasi regional, badan pariwisata internasional, dan kemitraan lintas batas dengan negara lain. Pendekatan utama meliputi:

### 4.2.1. ASEAN Tourism Forum (ATF)

ATF adalah pertemuan tahunan yang mempertemukan para pemimpin pariwisata dari negara-negara ASEAN untuk mempromosikan kerja sama regional dalam sektor pariwisata. Tujuan utama ATF adalah memajukan integrasi pariwisata ASEAN, meningkatkan daya saing kawasan sebagai destinasi global, dan menciptakan manfaat ekonomi bagi negara anggota. Sebagai anggota ASEAN, Thailand secara aktif berkolaborasi dengan negara-negara tetangga untuk

---

<sup>108</sup> Zhu et al., "Chinese Tourism Diplomacy: A Chinese-Style Modernity Review."

<sup>109</sup> Ibid.

memperkuat pariwisata regional dan mempromosikan pariwisata halal. Upaya kolektif ASEAN, seperti Forum Pariwisata ASEAN, menyediakan platform bagi Thailand untuk memamerkan penawaran pariwisata ramah Muslimnya bersama negara-negara anggota ASEAN lainnya. Kerja sama ini memungkinkan Thailand untuk berbagi praktik terbaik dan menarik wisatawan Muslim dari bagian lain Asia, terutama dari Indonesia, Malaysia, dan Timur Tengah.

Thailand memiliki peran yang signifikan dalam jaringan pariwisata ASEAN, terutama melalui partisipasi aktif dalam ATF yang diadakan setiap tahun.<sup>110</sup> Dalam forum ini, Thailand berkontribusi dalam mempromosikan pariwisata regional dan memperkuat kerja sama antar negara anggota. ATF bertujuan untuk menjadikan ASEAN sebagai tujuan wisata tunggal dan meningkatkan kesadaran tentang kawasan ini sebagai destinasi yang kompetitif di Asia Pasifik.<sup>111</sup> Dalam forum ini, anggota negara-negara berdiskusi tentang strategi untuk menarik lebih banyak wisatawan ke masing-masing negara dan mempromosikan perjalanan intra-ASEAN. Thailand telah berkontribusi dengan mengusulkan prinsip penerapan visa tunggal ASEAN yang dapat mempermudah perjalanan wisatawan antarnegara anggota.<sup>112</sup> Usulan ini bertujuan untuk meningkatkan konektivitas dan mempromosikan pariwisata di Kawasan.

Dalam ATF, Thailand aktif mendukung kerja sama antar negara ASEAN untuk mempromosikan pariwisata halal lintas negara, seperti tur halal yang

---

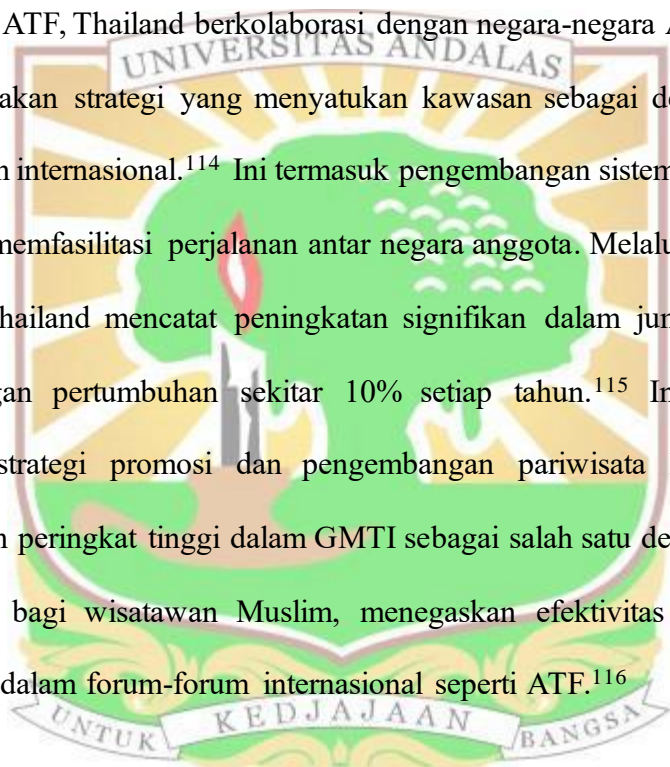
<sup>110</sup> *ASEAN Forum Tourism*, n.d., <https://atf.travel/>.

<sup>111</sup> *Ibid.*

<sup>112</sup> Dwi Putri Fajryani and Syafri Harto, "Kebijakan Pemerintah Thailand Berpartisipasi Di Asean Tourism Forum (Atf) Dalam Meningkatkan Industri Pariwisata Tahun 2011-2015," *Jurusan Ilmu Hubungan Internasional* (2016): 1–23.

mencakup beberapa destinasi di ASEAN.<sup>113</sup> Thailand menggunakan ATF sebagai platform untuk mempromosikan pariwisata halal, dengan tujuan menarik lebih banyak wisatawan Muslim. Pemerintah Thailand telah mengembangkan berbagai inisiatif untuk meningkatkan kualitas layanan pariwisata halal dan memperkenalkan produk halal yang sesuai dengan standar internasional.

Dalam ATF, Thailand berkolaborasi dengan negara-negara ASEAN lainnya untuk menciptakan strategi yang menyatukan kawasan sebagai destinasi tunggal bagi wisatawan internasional.<sup>114</sup> Ini termasuk pengembangan sistem visa yang lebih mudah untuk memfasilitasi perjalanan antar negara anggota. Melalui partisipasinya dalam ATF, Thailand mencatat peningkatan signifikan dalam jumlah wisatawan Muslim, dengan pertumbuhan sekitar 10% setiap tahun.<sup>115</sup> Ini menunjukkan keberhasilan strategi promosi dan pengembangan pariwisata halal. Thailand berhasil meraih peringkat tinggi dalam GMTI sebagai salah satu destinasi non-OIC posisi terbaik bagi wisatawan Muslim, menegaskan efektivitas kebijakan dan partisipasinya dalam forum-forum internasional seperti ATF.<sup>116</sup>



Berdasarkan penjelasan di atas, kontribusi Thailand dalam ATF merupakan salah satu Langkah diplomasi multilateral yang dapat dilakukan oleh Thailand dalam mempromosikan pariwisata halal negaranya. Dengan mengusulkan prinsip penerapan visa tunggal ASEAN yang dapat mempermudah perjalanan wisatawan

---

<sup>113</sup> *ASEAN Forum Tourism*.

<sup>114</sup> Purnama, Konety, and Ridho Subarkah, "Diplomasi Publik Thailand Melalui Industri Halal."

<sup>115</sup> Fajryani and Harto, "Kebijakan Pemerintah Thailand Berpartisipasi Di Asean Tourism Forum (Atf) Dalam Meningkatkan Industri Pariwisata Tahun 2011-2015."

<sup>116</sup> GMTI, "M a Ster Ca R D."



antarnegara anggota ini merupakan salah satu bentuk kontribusi Thailand dalam ATF.

#### **4.2.2. United Nations World Tourism Organizations (UNWTO)**

UNWTO adalah badan khusus PBB yang bertanggung jawab atas promosi pariwisata global yang bertanggung jawab, berkelanjutan, dan dapat diakses oleh semua.<sup>117</sup> Tugas Utama UNWTO mendorong pariwisata berkelanjutan dengan mengembangkan kebijakan dan praktik pariwisata yang melestarikan lingkungan, budaya, dan komunitas lokal UNWTO juga bertugas mendukung pembangunan ekonomi melalui pariwisata sebagai alat untuk mengurangi kemiskinan, menciptakan lapangan kerja, dan mendorong pertumbuhan ekonomi serta membantu negara-negara menghadapi tantangan global, seperti pandemi atau bencana alam, melalui strategi pemulihan sektor pariwisata.<sup>118</sup>

Thailand telah menjalin hubungan erat dengan UNWTO sebagai bagian dari upayanya untuk memajukan sektor pariwisata yang berkelanjutan, inklusif, dan inovatif. Sebagai salah satu destinasi wisata utama di dunia, Thailand memanfaatkan kolaborasi ini untuk mengembangkan industri pariwisata yang tidak hanya mendukung pertumbuhan ekonomi, tetapi juga melestarikan lingkungan, budaya, dan warisan lokal. UNWTO mendukung Thailand dalam mempromosikan destinasi wisata unggulan, baik di tingkat regional maupun global.<sup>119</sup> Hal ini mencakup pengenalan destinasi ramah lingkungan, wisata halal, dan wisata budaya.

---

<sup>117</sup> *United Nations World Tourism Organization*, n.d., <https://www.unwto.org/>.

<sup>118</sup> Ibid.

<sup>119</sup> Fajryani and Harto, "Kebijakan Pemerintah Thailand Berpartisipasi Di Asean Tourism Forum (Atf) Dalam Meningkatkan Industri Pariwisata Tahun 2011-2015."

Thailand telah berpartisipasi dalam beberapa kegiatan yang diselenggarakan oleh UNWTO. Thailand menghadiri UNWTO *Global Summit on Halal Tourism* yang pertama kali diselenggarakan pada 2016 di Kuala Lumpur, Malaysia.<sup>120</sup> Forum ini diadakan untuk membahas tren dan perkembangan pariwisata halal global. Thailand hadir untuk mempromosikan sektor pariwisata halal dan berbagi pengalaman dalam mengembangkan destinasi ramah Muslim. Thailand juga berpartisipasi dalam UNWTO Asia-Pacific Regional Conference, yang diadakan pada setiap dua tahun untuk membahas pengembangan pariwisata di kawasan Asia-Pasifik.<sup>121</sup> Konferensi ini mencakup berbagai topik, termasuk pengembangan pariwisata halal. Thailand hadir dalam konferensi ini untuk memperkuat kerjasama dengan negara-negara lain di kawasan Asia-Pasifik dalam sektor pariwisata halal.<sup>122</sup>

Thailand hadir dalam *World Tourism Conference* yang diselenggarakan oleh UNWTO. Salah satu edisi yang penting adalah *World Tourism Conference 2019*, yang diadakan di Baku, Azerbaijan.<sup>123</sup> Thailand berpartisipasi dalam konferensi ini untuk mendiskusikan tren terbaru dalam industri pariwisata global, termasuk sektor pariwisata halal. Konferensi ini menjadi ajang bagi Thailand untuk berbagi kebijakan dan strategi dalam mengembangkan pariwisata halal di negara tersebut. Partisipasi Thailand dalam forum-forum ini menunjukkan komitmennya untuk mengembangkan sektor pariwisata halal dan memperkuat hubungan dengan negara-negara lain dalam industri pariwisata global.<sup>124</sup>

---

<sup>120</sup> *United Nations World Tourism Organization.*

<sup>121</sup> *Ibid.*

<sup>122</sup> Purnama, Konety, and Ridho Subarkah, "Diplomasi Publik Thailand Melalui Industri Halal."

<sup>123</sup> *United Nations World Tourism Organization.*

<sup>124</sup> Purnama, Konety, and Ridho Subarkah, "Diplomasi Publik Thailand Melalui Industri Halal."

Thailand, bersama UNWTO, telah mengadakan workshop dan pelatihan bagi pelaku industri pariwisata untuk meningkatkan pemahaman tentang kebutuhan wisatawan Muslim, seperti: “Tourism Recovery Program Workshop” untuk mendukung pemulihan pariwisata pasca-pandemi *COVID-19*, “Sustainable Tourism Development Workshop” untuk mendorong pariwisata berkelanjutan melalui inovasi dan pelatihan. Ini semua dilakukan agar dapat memberikan panduan kepada pelaku industri tentang strategi berkelanjutan dan menarik wisatawan berkualitas tinggi. Penelitian bersama dilakukan untuk mengidentifikasi tren global dalam pariwisata halal, termasuk preferensi wisatawan Muslim, sehingga Thailand dapat menyesuaikan strategi pemasaran dan pengembangan produknya.

Kampanye global, seperti “*Amazing Thailand*”, mendapat dukungan dari UNWTO untuk meningkatkan daya tarik Thailand di pasar internasional.<sup>125</sup> UNWTO memberikan rekomendasi kebijakan promosi pariwisata serta publikasi Thailand sebagai destinasi unggulan di platform internasional. Dukungan dalam pengembangan pariwisata berbasis komunitas dan keberlanjutan. Thailand dan UNWTO sering menyelenggarakan pelatihan bagi pelaku industri pariwisata untuk meningkatkan standar pelayanan, pengelolaan destinasi, dan penerapan teknologi di sektor pariwisata. Thailand bekerja sama dengan UNWTO untuk mengembangkan sektor pariwisata halal, yang mencakup penyediaan fasilitas ramah Muslim, sertifikasi halal, dan promosi destinasi yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan Muslim.

---

<sup>125</sup> *Amazing Thailand*.

Dalam kolaborasi ini, UNWTO memberikan panduan kepada Thailand untuk mengembangkan standar sertifikasi halal yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan internasional, termasuk pengakuan global terhadap sertifikasi halal Thailand.<sup>126</sup> Thailand juga aktif berpartisipasi dalam forum UNWTO yang membahas standar pariwisata berkelanjutan, dengan fokus pada pengintegrasian nilai-nilai halal. Thailand memanfaatkan dukungan UNWTO untuk mempromosikan destinasi halal melalui berbagai platform global, seperti konferensi internasional dan pameran pariwisata. Wilayah-wilayah seperti Bangkok, Pattani, Krabi, dan Phuket dipromosikan sebagai destinasi ramah Muslim dengan fasilitas seperti restoran halal, masjid, dan hotel bersertifikasi halal.

Dengan penjelasan tersebut dapat dilihat Thailand terus berpartisipasi dalam beberapa kegiatan yang diselenggarakan oleh UNWTO, mengadakan workshop, Thailand juga hadir dalam salah satu acara penting yaitu *World Tourism Conference* yang diselenggarakan oleh UNWTO. Salah satu edisi yang penting adalah *World Tourism Conference 2019*, Thailand berpartisipasi dalam konferensi ini untuk mendiskusikan tren terbaru dalam industri pariwisata global, termasuk sektor pariwisata halal yang diadakan di Baku, Azerbaijan.<sup>127</sup> Kampanye global Thailand “*Amazing Thailand*” juga dapat dukungan dari UNWTO untuk meningkatkan daya tarik Thailand di pasar internasional.<sup>128</sup> Semua ini merupakan bentuk diplomasi multilateral yang sudah dilakukan Thailand dengan UNWTO.

---

<sup>126</sup> *United Nations World Tourism Organization.*

<sup>127</sup> *Ibid.*

<sup>128</sup> *Amazing Thailand.*



### 4.2.3. OKI (Organisasi Kerjasama Islam)

Thailand telah OKI untuk memperluas pengaruhnya di dunia Muslim dan mempromosikan pariwisata halal.<sup>129</sup> Meskipun Thailand bukan anggota OKI, negara ini memiliki populasi Muslim yang signifikan, terutama di wilayah selatan, seperti Pattani, Yala, dan Narathiwat. Hal ini memberikan dasar yang kuat bagi Thailand untuk mengembangkan sektor pariwisata halal dan menjalin kerja sama dengan OKI.

Thailand secara aktif menghadiri konferensi dan pameran yang diselenggarakan oleh OKI, seperti Halal Expo dan World Halal Summit, untuk mempromosikan pariwisata halal. Halal Expo adalah pameran yang diselenggarakan oleh OKI untuk mempromosikan produk halal, industri makanan, dan layanan yang sesuai dengan prinsip syariah Islam. Dalam acara ini, Thailand memamerkan destinasi wisata ramah Muslim, produk halal, dan layanan pariwisata yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan Muslim. Thailand bekerja sama dengan OKI dalam mengadopsi standar halal yang diakui secara internasional. Central Islamic Council of Thailand (CICOT) menjadi lembaga utama yang mengeluarkan sertifikasi halal, yang sesuai dengan pedoman OKI, untuk memastikan produk dan layanan Thailand dapat diterima di pasar global.<sup>130</sup>

Thailand memanfaatkan kerja sama dengan OKI untuk mempromosikan destinasi wisata halal ke negara-negara anggota OKI, seperti Malaysia, Indonesia, Arab Saudi, Uni Emirat Arab, dan Turki. Program promosi ini mencakup paket

---

<sup>129</sup> *Organisasi Kerjasama Islam OKI*, n.d., [https://r.search.yahoo.com/\\_ylt=AwrPpZizsF9n4QIAGJTLQwx.;\\_ylu=Y29sbwNzZzMEcG9zAzEEdnRpZAMEc2VjA3Ny/RV=2/RE=1735534003/RO=10/RU=https%3A%2F%2Fwww.oic-oci.org%2F/RK=2/RS=0AWy8A6Bkn63Wstpot58fA13nvk-](https://r.search.yahoo.com/_ylt=AwrPpZizsF9n4QIAGJTLQwx.;_ylu=Y29sbwNzZzMEcG9zAzEEdnRpZAMEc2VjA3Ny/RV=2/RE=1735534003/RO=10/RU=https%3A%2F%2Fwww.oic-oci.org%2F/RK=2/RS=0AWy8A6Bkn63Wstpot58fA13nvk-).

<sup>130</sup> Purnama, Konety, and Ridho Subarkah, "Diplomasi Publik Thailand Melalui Industri Halal."



wisata halal, seperti wisata kuliner halal, pengalaman budaya Muslim, dan wisata alam yang ramah Muslim. Thailand bekerja sama dengan OKI dalam memperkuat ekosistem industri halal, termasuk makanan, kosmetik, farmasi, dan pariwisata. Kerja sama ini membantu Thailand memperluas akses produk dan layanan halalnya ke pasar negara-negara OKI. Thailand berupaya mempermudah wisatawan Muslim dari negara anggota OKI untuk berkunjung dengan memperkuat konektivitas penerbangan, menyediakan informasi wisata halal, dan meningkatkan fasilitas ramah Muslim di destinasi utama.

Pada November 2018, 10 pengusaha halal Thailand berpartisipasi dalam Eskpo Halal OKI untuk mempromosikan ekspor dan mempublikasikan potensi industri halal Thailand.<sup>131</sup> Pengusaha Thailand yang berpartisipasi dalam proyek ini memiliki kesempatan untuk menjodohkan bisnis dengan pembeli dan importir-eksportir baik di Turki dan negara-negara tetangga di Eropa wilayah Timur Tengah dan Afrika. Banyak peserta pameran yang dapat membuat perjanjian bisnis dan langsung melakukan pemesanan di acara tersebut. Selain itu, pengusaha Thailand juga mengetahui kondisi pasar Turki, budaya hidup dan ketertarikan pada produk makanan Thailand. Hal yang perlu diketahui dan tindakan pencegahan dalam berbisnis di pasar Turki yang merupakan bagian penting dalam pembangunan

---

<sup>131</sup> Kementerian Luar Negeri Kerajaan Thailand, “กระทรวงการต่างประเทศนำผู้ประกอบการและผู้เชี่ยวชาญด้านฮาลาลเข้าร่วม งาน World Halal Summit ๒๐๑๘ และงาน ๖th OIC Halal Expo ณ นครอิสตันบูล (Kementerian Luar Negeri Mendatangkan Pengusaha Dan Pakar Halal Untuk Berpartisipasi Dalam World Halal Summit 2018 Dan ,” 2018, 1, <https://www.mfa.go.th/th/content/5d5bd1f515e39c30600272c4?cate=5d5bcb4e15e39c3060006843>

menciptakan pengetahuan dan pemahaman serta meningkatkan daya saing sektor swasta Thailand di luar negeri.<sup>132</sup>

Melalui kerja sama ini, Thailand semakin dikenal sebagai destinasi wisata halal yang ramah bagi wisatawan Muslim, meskipun mayoritas penduduknya non-Muslim.<sup>133</sup> Wisata halal mendukung pemberdayaan komunitas Muslim di Thailand, terutama di wilayah selatan, melalui pelestarian budaya Islam dan pengembangan bisnis halal. Kerja sama Thailand dengan OKI menjadi salah satu langkah strategis dalam mempromosikan pariwisata halal dan memperkuat posisi Thailand di pasar global. Dengan memanfaatkan diplomasi multilateral ini, Thailand tidak hanya menarik wisatawan Muslim tetapi juga membangun ekosistem pariwisata yang inklusif, berkelanjutan, dan kompetitif.

#### **4.2.4. Indonesia-Malaysia-Thailand Growth Triangle (IMT-GT)**

IMT-GT adalah inisiatif kerja sama subregional yang dibentuk pada tahun 1993 untuk mendorong pertumbuhan ekonomi di kawasan perbatasan ketiga negara.<sup>134</sup> Fokus utamanya adalah memperkuat konektivitas, perdagangan, dan kerja sama lintas sektor, termasuk pariwisata.<sup>135</sup> Dalam konteks ini, Thailand memanfaatkan IMT-GT sebagai platform untuk mempromosikan pariwisata halal, terutama karena kawasan selatan Thailand memiliki populasi Muslim yang signifikan dan potensi besar untuk pengembangan wisata halal.

---

<sup>132</sup> Ibid.

<sup>133</sup> Aminudin Yakub and Fitriyani Zein, "Halal Certification in Government and Non-Governmental Organizations: A Comparative Analysis of Indonesia, Malaysia, and Thailand," *Jurnal Cita Hukum* 10, no. 1 (2022).

<sup>134</sup> *Indonesia, Malaysia and Thailand Growth Triangle*, n.d., <https://imtgt.org/tourism/>.

<sup>135</sup> Berlian Rizqiany Dewi Maria, "Program Kerjasama Indonesia, Malaysia, Thailand Growth Triangle Terkait Perkembangan Wisata Halal Di Indonesia Periode 2017-2018," *Maestopo Journal International Relations* 1, no. 2 (2021): 137–148.

Wilayah selatan Thailand, seperti Pattani, Yala, Narathiwat, dan Songkhla, menjadi fokus dalam kerja sama IMT-GT.<sup>136</sup> Wilayah ini dipromosikan sebagai destinasi halal unggulan yang menawarkan pengalaman wisata berbasis budaya Islam, kuliner halal, dan komunitas Muslim lokal. Thailand bekerja sama dengan Indonesia dan Malaysia untuk menciptakan rute wisata lintas negara yang menghubungkan destinasi halal di ketiga negara, seperti Aceh (Indonesia), Kelantan (Malaysia), dan Pattani (Thailand).<sup>137</sup> IMT-GT membuat kesepakatan “*Joint Action Plan for Connectivity*” guna meningkatkan konektivitas fisik dan digital di kawasan.<sup>138</sup> IMT-GT mendukung peningkatan konektivitas melalui pembangunan infrastruktur transportasi, seperti jalan raya, jalur kereta api, dan penerbangan langsung antarwilayah. Dengan konektivitas yang lebih baik, wisatawan Muslim dari Indonesia dan Malaysia dapat dengan mudah mengakses destinasi halal di Thailand Selatan. Dalam kerangka IMT-GT, Thailand berkolaborasi dengan Indonesia dan Malaysia untuk mempromosikan pariwisata halal di pasar global.

IMT-GT menjadi wadah untuk menyelenggarakan acara budaya yang menonjolkan warisan Islam di kawasan perbatasan, seperti festival kuliner halal, pameran seni Islam, dan pertunjukan budaya Muslim. Thailand memanfaatkan acara ini untuk menarik wisatawan Muslim dan mempromosikan citra Thailand sebagai destinasi yang ramah Muslim. Thailand, bersama Indonesia dan Malaysia, menyelenggarakan pelatihan bagi pelaku industri pariwisata untuk meningkatkan pemahaman tentang kebutuhan wisatawan Muslim dan pengelolaan destinasi halal.

---

<sup>136</sup> Ibid.

<sup>137</sup> Indonesia, “Indonesia-Malaysia-Thailand Growth Triangle (IMT-GT).”

<sup>138</sup> *Indonesia, Malaysia and Thailand Growth Triangle.*

Program pelatihan ini mencakup sertifikasi halal, pemasaran destinasi halal, dan pengelolaan fasilitas ramah Muslim.

Dalam kerangka IMT-GT, Thailand berkolaborasi dengan Indonesia dan Malaysia untuk memperkuat ekosistem halal di kawasan perbatasan, termasuk pengembangan produk halal, restoran bersertifikasi halal, dan hotel ramah Muslim.<sup>139</sup> Kerja sama ini memastikan bahwa standar halal yang diterapkan di Thailand sesuai dengan kebutuhan wisatawan Muslim dari negara-negara tetangga. Melalui IMT-GT, Thailand berhasil menarik lebih banyak wisatawan Muslim, terutama dari Indonesia dan Malaysia, yang merupakan pasar utama bagi pariwisata halal Thailand. Kerja sama ini membantu meningkatkan perekonomian lokal di wilayah selatan Thailand melalui pengembangan pariwisata halal berbasis komunitas Muslim. Dengan promosi lintas negara dalam kerangka IMT-GT, Thailand semakin dikenal sebagai destinasi wisata halal yang ramah dan berkualitas. Kerja sama IMT-GT mempererat hubungan antara Thailand, Indonesia, dan Malaysia dalam pengembangan sektor pariwisata halal, yang juga berkontribusi pada integrasi ekonomi ASEAN.<sup>140</sup>

Melalui diplomasi multilateral IMT-GT, Thailand memanfaatkan potensi kawasan perbatasan untuk mempromosikan pariwisata halal secara efektif. Kolaborasi ini tidak hanya memperkuat daya saing Thailand di pasar wisata halal, tetapi juga mendukung pembangunan berkelanjutan di wilayah selatan dan mempererat hubungan dengan negara-negara tetangga. IMT-GT menjadi contoh

---

<sup>139</sup> Nurjanah and Prasetya, "Kerjasama Indonesia, Malaysia, Thailand Growth-Triangle (Imt-Gt) Dalam Memajukan Wisata Halal."

<sup>140</sup> Ibid.

nyata bagaimana kerja sama regional dapat mendorong pengembangan sektor pariwisata yang inklusif dan berbasis nilai-nilai budaya Islam.





## **BAB V PENUTUP**

### **5.1 Kesimpulan**

Thailand telah melakukan upaya diplomasi pariwisata halal untuk mendatangkan wisatawan muslim untuk berkunjung ke Thailand. Thailand melakukan tiga Langkah diplomasi, yaitu diplomasi bilateral , diplomasi multilateral dan diplomasi publik. Thailand melakukan diplomasi bilateral dengan negara mayoritas muslim seperti UEA, Indonesia dan Malaysia. Dengan membuat beberapa kebijakan agar Thailand semakin dikenal sebagai negara yang ramah muslim. Melalui diplomasi Multilateal, Thailand telah berpartisipasi aktif dalam organisasi dan forum untuk dapat mempromosikan pariwisata halalnya . Thailand berpartisipasi dalam organisasi ATF, OKI, UNWTO dan IMT-GT serta turut menghadiri kegiatan yang dilakukan forum tersebut dalam promosi wisata halal.

Strategi diplomasi pariwisata ini tidak hanya berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi melalui peningkatan kunjungan wisatawan Muslim, tetapi juga memperkuat citra Thailand sebagai negara yang menghargai keberagaman budaya dan agama. Diplomasi pariwisata halal ini strategi Thailand dalam membangun hubungan baik dengan negara-negara mayoritas Muslim, sehingga memperkuat perannya sebagai salah satu destinasi wisata utama dunia.

### **5.2 Saran**

Diperlukan strategi diplomasi pariwisata agresif dan terarah untuk menarik wisatawan Muslim, terutama dari negara-negara dengan populasi Muslim yang besar seperti UEA, Indonesia dan Malaysia. Penggunaan media sosial dan platform digital dapat dimanfaatkan untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Pemerintah

Thailand sebaiknya harus terus meningkatkan fasilitas dan layanan yang ramah Muslim, seperti penyediaan lebih banyak restoran halal, tempat ibadah, dan informasi yang jelas mengenai lokasi-lokasi tersebut. Hal ini akan semakin memudahkan wisatawan Muslim dalam merencanakan perjalanan mereka.



## DAFTAR PUSTAKA

- Asia, Forbes. "Thailand's Path To Responsible Tourism," 2023. <https://forbesasiacustom.com/thailands-path-to-responsible-tourism/>.
- Azam, Siddique E, Moha Asri, Abdullah Dzuljastri, and Abdul Razak. "Halal Tourism: Definition, Justification, And Scopes Towards Sustainable Development." *International Journal of Business, Economics and Law* 18, no. 3 (2019): 23–31. [www.reportbuyer.com/](http://www.reportbuyer.com/).
- Caldevilla-domínguez, David, Juan Enrique González-vallés, Manuel Blanco-pérez, David Caldevilla-domínguez, Almudena Barrientos-báez, Juan Enrique González-vallés, and Manuel Blanco-pérez. "IN THE TOURISM SECTOR IN THE TOURISM SECTOR 1," no. July (2021): 191–203.
- Comcec. *Standing Committee for Economic and Commercial Cooperation of the Organization of the Islamic Cooperation*, n.d. <https://www.comcec.org/comcec-coordination-office/>.
- Destyani, Safira. "Halal Industry as Thai Public Diplomacy (Industri Halal Sebagai Diplomasi Publik Thailand)," no. October (2022): 0–6. [https://www.researchgate.net/publication/364342268\\_Halal\\_Industry\\_as\\_Thai\\_Public\\_Diplomacy\\_Industri\\_Halal\\_sebagai\\_Diplomasi\\_Publik\\_Thailand/link/634cbd439cb4fe44f32f3355/download](https://www.researchgate.net/publication/364342268_Halal_Industry_as_Thai_Public_Diplomacy_Industri_Halal_sebagai_Diplomasi_Publik_Thailand/link/634cbd439cb4fe44f32f3355/download).
- E, Knowledge. "Thai Foreign Policy in the Form of Public Diplomacy Associated With the Halal Industry" (n.d.).
- Fajryani, Dwi Putri, and Syafri Harto. "Kebijakan Pemerintah Thailand Berpartisipasi Di Asean Tourism Forum (Atf) Dalam Meningkatkan Industri Pariwisata Tahun 2011-2015." *Jurusan Ilmu Hubungan Internasional* (2016): 1–23.
- Fartiannur, Yuliatma. "Kepentingan Thailand Dalam Melakukan Gastrodiplomacy Melalui Kitchen of the World." *eJournal Ilmu Hubungan Internasional* 6, no. 4 (2018): 1565–1582.
- Gilboa, Eytan. "Searching for a Theory of Public Diplomacy." *Annals of the American Academy of Political and Social Science* 616, no. 1 (2008): 55–77.
- GMTI. "M a Ster Ca R D," no. June (2023): 66.
- Indonesia, Kementerian Luar Negeri Republik. "Indonesia-Malaysia-Thailand Growth Triangle (IMT-GT)." *Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia*. Last modified 2019. Accessed December 22, 2023. [https://kemlu.go.id/portal/id/read/162/halaman\\_list\\_lainnya/indonesia-malaysia-thailand-growth-triangle-imt-gt](https://kemlu.go.id/portal/id/read/162/halaman_list_lainnya/indonesia-malaysia-thailand-growth-triangle-imt-gt).
- Jalalpour, Shiva, and Jamshid Shojaeifar. "The Tourism Industry and The International Relations." *World Journal of Environmental Biosciences* 6 (2014): 68–72.

- Kaenhin, Somyot. “An Exploratory Study on Tourism Authority of Thailand Organizational Image Attributes” (n.d.).
- Karjaya, Lalu Putrawandi. “Implementasi Konsep Halal Tourism Dan Konvensional Thailand Dalam Meningkatkan Foreign Direct Investment Di Nusa Tenggara Barat.” *Indonesian Journal of Peace and Security Studies (JPSS)* 2, no. 1 (2020): 63–89.
- Kerajaan Thailand, Kementerian Luar Negeri. “กระทรวงการต่างประเทศนำผู้ประกอบการและผู้เชี่ยวชาญด้านฮาลาลเข้าร่วม งาน World Halal Summit ๒๐๑๘ และงาน ๖th OIC Halal Expo ณ นครอิสตันบูล (Kementerian Luar Negeri Mendatangkan Pengusaha Dan Pakar Halal Untuk Berpartisipasi Dalam World Halal Summit 2018 Dan .” 1, 2018. <https://www.mfa.go.th/th/content/5d5bd1f515e39c30600272c4?cate=5d5bc4e15e39c3060006843>.
- Maria, Berlian Rizqiany Dewi. “Program Kerjasama Indonesia, Malaysia, Thailand Growth Triangle Terkait Perkembangan Wisata Halal Di Indonesia Periode 2017-2018.” *Maestopo Journal International Relations* 1, no. 2 (2021): 137–148.
- Mastercard, and CrescentRating. “Global Muslim Travel Index 2019,” no. April (2019): 01–63.
- Masyarakat, Jurnal Layanan, and Public Services. “IMPLEMENTATION OF COMMUNITY-BASED TOURISM PROGRAMME IN” 8, no. 3 (2024): 451–459.
- Mawardi, Imam. “Comparing the Concept of Halal Tourism in Indonesia, Thailand, and Malaysia.” *Mozaik Humaniora* 21, no. 2 (2022): 178–192.
- Melissen, Jan. “The New Public Diplomacy: Between Theory and Practice.” *Studies in Diplomacy and International Relations* (2005): 3–27.
- Mundi, Index. “International Tourism Number Arrivals” (n.d.).
- Nurjanah, and Muhammad Novan Prasetya. “Kerjasama Indonesia , Malaysia , Thailand Growth-Triangle ( Imt-Gt ) Dalam Memajukan Wisata Halal.” *Fisk* 3, no. 1 (2022): 64–76.
- Olahraga Thailand, Kementerian Pariwisata. *สถิตินักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทย ม.ค. - ธ.ค. ปี 2566 (เบื้องต้น)* ( *International Tourist Arrivals to Thailand Jan - Dec 2023*), 2023. <https://www.mots.go.th/news/category/706>.
- Polisse, Homme. “Thai Airways Membuka Rute Penerbangan Baru ‘Bangkok-Jeddah’ Menciptakan Pengalaman Keajaiban, Pesona, Keajaiban. Pusat Arab Saudi Ibarat Penghubung Ke Berbagai Kota.” (n.d.). [https://hommesthailand.com/2022/07/thai-airways-jeddah\\_rhunrun/](https://hommesthailand.com/2022/07/thai-airways-jeddah_rhunrun/).
- Priyakorn, Pakorn. “The Development of Halal Management System in Thailand :



Significant Roles of the Central Islamic Council of Thailand,” no. August (2024).

Purnama, Chandra, Neneng Konety, and Alwafi Ridho Subarkah. “Diplomasi Publik Thailand Melalui Industri Halal.” *Online) Sospol: Jurnal Sosial Politik* 7, no. 1 (2021): 29–46. <https://doi.org/10.22219/sospol.v7i1.13968>.

PUTRAJAYA. “MALAYSIA BANTU MENINGKATKAN KERJASAMA IMT-GT DENGAN MEMANFAATKAN POTENSI PARIWISATA ISLAM.” *Islamic Tourism Centre of Malaysia*.

Rokhaniyah, Hesti, and Dinta Kharisma Almeira. “Strategi Diplomasi Publik Indonesia-Malaysia-Thailand Growth Triangle ( IMT-GT ) Dalam Meningkatkan Sektor Pariwisata Halal Di Asia Tenggara Data GMTI 2019” 7 (2023): 344–355.

Satriana, Eka Dewi, and Hayuun Durrotul Faridah. “Halal Tourism: Development, Chance and Challenge.” *Journal of Halal Product and Research* 1, no. 2 (2018): 32.

Sukmadinata, Nana Syaodih. “Metode Penelitian Pendidikan. Bandung: Remaja Rosdakarya.” *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (2011): 32–41. <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKewiurcbc4avyAhWLbn0KHGXGZDtUQFnoEACcQAQ&url=https%253A%252F%252Fspace.uui.ac.id%252Fbitstream%252Fhandle%252F123456789%252F17205%252F05.3%252520bab%2525203.pdf%253Fsequ>.

Sulistyono, Yunus, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Cholichul Hadi, and Universitas Airlangga. *Thailand’s Halal Gastro Diplomacy to Indonesia: A Study from the Glocalization Perspective*, n.d.

Suryanto, Venny. *Penuhi Permintaan Pasar, Thai Lion Air Mulai Melayani Penerbangan Jakarta-Bangkok*, n.d. <https://industri.kontan.co.id/news/penuhi-permintaan-pasar-thai-lion-air-mulai-melayani-penerbangan-jakarta-bangkok>.

Sutono, Anang. *Pariwisata Dan Ketahanan Nasional*, 2016.

Svensson, Örjan, Lars Arvestad, and Jens Lagergren. “Genome-Wide Survey for Biologically Functional Pseudogenes.” *PLoS Computational Biology* 2, no. 5 (2006): 358–369.

Tashandra, Nabilla. “19 Juta Turis Asing Kunjungi Thailand Hingga September 2023 Didominasi Negara Asia.” *KOMPAS.COM*. Last modified 2023. <https://travel.kompas.com/read/2023/09/21/095403027/19-juta-turis-asing-kunjungi-thailand-hingga-september-2023-didominasi-negara>.

Team, Standard. “นายคช ุไทย-มาเลเซีย หารือทวิภาคีต่อยอดความร่วมมือพัฒนาชายแดน เตรียมตั้ง ‘กรมฮาลาล’ กำหนดมาตรฐานสินค้า-อาหาร (Perdana Menteri Thailand-



Malaysia Mengadakan Diskusi Bilateral Untuk Kerjasama Lebih Lanjut Dalam Pengembangan Perbatasan, Mempersiapkan Pembentuka.” *The STANDARD*, 2023. <https://thestandard.co/pm-thai-malaysia-halal-department/>.

Thai Embassy, Abu Dhabi. “No Title,” n.d. <https://abudhabi.thaiembassy.org/th/content/18939-ภูมิหลังและสถานะปัจจุบัน?cate=5f20eda671c05359785aa636>.

Thai Embassy, Dubai. “Royal Thai Consulate-General, Dubai, United Arab Emirates,” n.d. <https://dubai.thaiembassy.org/en/index>.

Thailand, Amazing. “Diumumkan, Daftar 93 Negara, Bebas Visa, Perjalanan Ke Thailand Selama 60 Hari,” n.d. <https://thai.tourismthailand.org/Articles/visa-free-entry-to-thailand>.

Yakub, Aminudin, and Fitriyani Zein. “Halal Certification in Government and Non-Governmental Organizations: A Comparative Analysis of Indonesia, Malaysia, and Thailand.” *Jurnal Cita Hukum* 10, no. 1 (2022).

Yaqub, Aamer. “Malaysia and Thailand Strengthen Economic Partnership to Boost Regional Trade and Growth.” *THE HALAL TIMES*, 2024. <https://www.halaltimes.com/malaysia-and-thailand-strengthen-economic-partnership-to-boost-regional-trade-and-growth/>.

Yuliawati, Elly, and Leni Marlina. “Public Diplomacy: A Review of the Implications of Muslim Friendly Korea Campaign for Indonesia.” *International Journal of Science and Research (IJSR)* 8, no. 11 (2019): 605–610.

Zhu, Jinsheng, Aranya Siriphon, David Airey, and Jin Mei-lan. “Chinese Tourism Diplomacy: A Chinese-Style Modernity Review.” *Anatolia* 33, no. 4 (2022): 550–563. <https://doi.org/10.1080/13032917.2021.1978515>.

*Amazing Thailand*, n.d. <https://www.tourismthailand.org/home>.

*ASEAN Forum Tourism*, n.d. <https://atf.travel/>.

*Halal Route App: Safe Halal Travel and Dining Across Thailand*, n.d. <https://www.halaltimes.com/halal-route-app-safe-halal-travel-and-dining-across-thailand/>.

*Halal Route Application – Eat, Travel around Thailand, Safe and Sound Halal Style*, 2024. <https://www.chula.ac.th/en/highlight/185916/>.

*Indonesia, Malaysia and Thailand Growth Triangle*, n.d. <https://imtgt.org/tourism/>.

*Jumlah Kedatangan Wisatawan Internasional Di Thailand Dari Tahun 2015 Hingga 2023*, n.d. <https://www.statista.com/statistics/994693/thailand-number-international-tourist-arrivals/>.

*Kementerian Pariwisata Dan Olahraga Thailand*, n.d.

<https://mots.go.th/news/category/758>.

“MATTA FAIR” (n.d.). <https://mattafair.org.my/index.php/en/>.

“MOU BETWEEN THE GOVERNMENT OF THAILAND AND INDONESIA ON TOURISM COOPERATION,” 2003.

*Organisasi Kerjasama Islam OKI*, n.d.  
[https://r.search.yahoo.com/\\_ylt=AwrPpZizsF9n4QIAgJTLQwx.;\\_ylu=Y29sbwNzZzMEcG9zAzEEdnRpZAMEc2VjA3Ny/RV=2/RE=1735534003/RO=10/RU=https%3A%2F%2Fwww.oic-oci.org%2F/RK=2/RS=0AWy8A6Bkn63Wspot58fA13nvk-](https://r.search.yahoo.com/_ylt=AwrPpZizsF9n4QIAgJTLQwx.;_ylu=Y29sbwNzZzMEcG9zAzEEdnRpZAMEc2VjA3Ny/RV=2/RE=1735534003/RO=10/RU=https%3A%2F%2Fwww.oic-oci.org%2F/RK=2/RS=0AWy8A6Bkn63Wspot58fA13nvk-).

*Rencana Pengembangan Pariwisata Nasional Thailand*  
(แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติของประเทศไทย). Vol. 3, n.d.

*Tourism Authority of Thailand*, n.d.  
<https://www.tourismthailand.org/accessibility/home>.

*United Nations World Tourism Organization*, n.d. <https://www.unwto.org/>.

“Upaya Thailand Hidupkan Kembali Pariwisata.” *Analisa Daily*. Last modified 2023. <https://analisadaily.com/berita/baca/2023/01/20/1038055/upaya-thailand-hidupkan-kembali-pariwisata/>.

