

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring dengan meningkatnya mobilitas masyarakat, kemajuan teknologi dan globalisasi dalam beberapa dekade terakhir membuat pariwisata global mampu berkembang secara pesat. Sektor pariwisata memiliki peran penting dalam perekonomian banyak negara termasuk Indonesia. Diketahui bahwa pariwisata menjadi alat bagi negara-negara dalam meningkatkan perekonomian pada sektor jasa yang mampu memicu pertumbuhan ekonomi negara-negara di dunia. Kegiatan pariwisata tidak hanya dilakukan oleh masyarakat yang berada pada negara tujuan wisata tetapi juga wisatawan mancanegara, dimana tingkat kedatangan wisatawan mancanegara dapat mempengaruhi perkembangan pariwisata di negara tujuan wisata dan juga pariwisata internasional. Hal ini disebabkan oleh kegiatan pariwisata oleh wisatawan mancanegara yang menimbulkan konsumsi komoditas jasa pariwisata di negara tujuan wisata sehingga menciptakan permintaan terhadap produksi barang dan jasa (Kurniawan & Panjawa, 2023).

Indonesia memiliki beragam destinasi yang potensial bagi perkembangan pariwisata dan ekonomi. pariwisata dan ekonomi sudah selayaknya menjadi bagian yang tidak terpisahkan dan saling berkaitan, pariwisata disebut sebagai sektor penggerak dalam perekonomian masyarakat. Hal ini dikarenakan pariwisata bersifat multidimensi yakni memiliki aspek dan pengaruh yang luas mencakup ekonomi, sosial, lingkungan, budaya, politik, dan interaksi antara masyarakat, wisatawan, pemerintah, dan bisnis (Shita, 2020). Salah satu yang mempengaruhi

peningkatan devisa adalah melalui kunjungan wisatawan mancanegara. Wisatawan internasional lebih sering melakukan belanja terhadap barang dan jasa selama berwisata, untuk itu semakin lama masa tinggal mereka di negara tujuan wisata maka semakin berpengaruh terhadap perkembangan ekonomi di negara tujuan wisata (Kurniawan & Panjawa, 2023, 49).

Saat ini sektor pariwisata masih menjadi prioritas pemerintah dalam memutar roda perekonomian. Bahkan sektor ini menjadi sektor ke 3 penyumbang devisa nasional setelah ekspor minyak kelapa sawit dan batubara. Fase peningkatan atau penurunan pasti sering terjadi dalam sejarah perkembangan pariwisata tetapi pada akhir tahun 2019 fenomena penyebaran virus covid 19 berhasil mengguncang 210 negara di dunia termasuk Indonesia yang berdampak langsung pada sektor perekonomian terutama pada industri pariwisata. Penurunan jumlah wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia mengalami penurunan drastis pada awal tahun 2020 (Elistia, 2020).



Gambar 1. Jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia Periode 2020-2024 berdasarkan BPS

(Sumber: Gunawan, 2024)

Dalam buku tren pariwisata 2021 yang diterbitkan oleh Kemenparekraf dan Parekraf jumlah kunjungan wisatawan mancanegara yang masuk ke Indonesia pada April 2020 mengalami penurunan yang sangat drastis dengan jumlah wisatawan hanya sebanyak 158 ribu yang berarti sepanjang tahun 2020 total wisatawan mancanegara yang masuk ke Indonesia sekitar 4, 052 juta orang. Angka tersebut sangat memprihatinkan jika dibandingkan dengan jumlah kunjungan pada 2019. Penurunan jumlah wisatawan berdampak langsung pada pendapatan negara terutama penurunan pendapatan industri pariwisata seperti okupansi hotel-hotel di Indonesia (Kemenparekra/Baparekraf, 2023).

Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) 2020 kontribusi sektor pariwisata terhadap PDB Indonesia terus menunjukkan angka yang signifikan, pada tahun 2019 berkontribusi 5,9% terhadap PDB nasional. Dalam mengukur nilai devisa pariwisata, kemenparekraf mengambil data dari penerimaan (ekspor) devisa jasa perjalanan wisman (*travel inbound*) yang tertera pada neraca perdagangan jasa perjalanan dalam laporan neraca pembayaran Indonesia, publikasi bank Indonesia. Data tersebut menunjukkan bahwa pencapaian nilai devisa pariwisata pada tahun 2023 mencapai 14,00 Miliar USD atau sebesar 197,74% hal ini menunjukkan bahwa ada pertumbuhan atau kenaikan sebesar 109,495 dari tahun sebelumnya dengan total 6,78 Miliar USD. Meskipun sempat mengalami penurunan akibat pandemi covid-19 pada tahun 2021 namun nilai devisa pariwisata pada tahun 2020-2023 cenderung meningkat hingga melampaui target pada tahun 2023 yang disebabkan oleh adanya fenomena *revenge tourism* yakni ajang balas dendam para wisman yang terpaksa menunda perjalanan selama pandemi sehingga kegiatan pariwisata

menjadi prioritas utama dan menurut UNWTO tren perjalanan wisman hampir 90% mengalami pemulihan termasuk Indonesia (Kemenparekraf/Baparekraf RI, 2024).

Hal tersebut tentunya berkaitan dengan upaya-upaya yang dilakukan untuk memulihkan kembali pariwisata di Indonesia. Setelah pandemi covid 19 Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif giat melakukan beberapa upaya untuk menyelamatkan pariwisata Indonesia yang juga akan meningkatkan kembali jumlah kunjungan wisatawan yang disebut sebagai langkah “menyelamatkan pariwisata Indonesia” yang terdiri dari Fase tanggap Darurat yang berfokus pada kesehatan, kreativitas dan produktifitas saat WFH, koordinasi dengan pemerintah daerah dalam persiapan pemulihan, yang kedua adalah Fase Pemulihan yakni pembukaan tempat wisata yang dilakukan secara bertahap dengan persiapan yang benar-benar matang serta melakukan dorongan untuk mengoptimalkan kegiatan MICE (Meeting, Incentive, convention, and EXhibition), Fase terakhir yakni fase normalisasi yakni berfokus terhadap peningkatan pasar, paket wisata dan MICE salah satunya pelaksanaan program Virtual Travel Fair pada agustus-september 2020 (Kemenparekra/Baparekraf, 2023).

Penelitian ini berfokus pada upaya peningkatan kunjungan wisatawan mancanegara yang relevan dengan langkah pemulihan yang dilakukan oleh kemenparekraf dan Parekraf pada Fase kedua dan ketiga yakni pemulihan dan normalisasi melalui kegiatan MICE Bali Beyond and Travel Fair 2021 hingga 2024. BBTF merupakan event pameran pariwisata yang diselenggarakan setiap tahun. Awal diselenggarakan pada tahun 2014 diprakarsai oleh Ketut Ardana sebagai Ketua Association of The Indonesian Tours and Travel Agencies (ASITA) dengan

tujuan mempromosikan destinasi wisata Bali dan luar Bali untuk peningkatan kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia dengan di ikuti oleh seller dan buyers dari dalam negeri dan luar negeri, event tersebut berjalan dengan baik setiap tahun hingga pada masa covid 19 pada 2020 mengalami penundaan sehingga kembali dilaksanakan pada tahun 2021 secara hybrid.

Pada 2022 hingga Tahun 2024 Bali Beyond and Travel Fair semakin gencar berinovasi setelah menghadapi pandemi covid 19 dibuktikan melalui siaran pers 2023 oleh menteri pariwisata dan ekonomi kreatif (Menparekraf/Kabaparekraf) Sandiaga Salahudin Uno mengungkapkan keinginan terhadap MICE Bali Beyond and Travel Fair (BBTF) menjadi event terbesar di kawasan Asia sehingga nantinya mampu menarik lebih banyak sellers and buyers dari berbagai negara. Sejak awal berdiri BBTF didukung oleh kementerian pariwisata dan ekonomi kreatif serta dukungan dari para pemangku kepentingan baik dari lembaga swasta maupun publik, pemerintah daerah dan masyarakat. Pada tahun yang sama Bali Beyond and Travel Fair menyambut Kementerian Luar Negeri yang baru pertama kali bergabung sebagai penghubung dan menjalin koneksi dalam mengenalkan potensi Indonesia ke dunia (Bali.com, 2023).

Sumber-sumber yang berkaitan dengan penelitian ini yang pertama adalah dalam jurnal penelitian yang berjudul “Pemerintah Daerah Dalam Diplomasi Ekonomi Indonesia: Studi Kasus Pada Diplomasi Komersial Jawa Timur” ditulis oleh P M Erza Killian secara garis besar penelitian ini menjelaskan aktivitas diplomasi komersial yang dilakukan oleh pemerintah daerah yang mencakup kegiatan promosi dagang, investasi, dan promosi pariwisata (Killian, n.d.). Yang

kedua adalah “Diplomasi Komersial 5 Destinasi Super Prioritas: Promosi Dan Kerja Sama” di tulis oleh Amanda Ibel Anzela (2023) dalam jurnal penelitian tersebut dijelaskan upaya diplomasi pemerintah Indonesia dalam meningkatkan kunjungan wisatawan mancanegara ke Destinasi Super Prioritas dengan menggunakan konsep diplomasi komersial berupa promosi perdagangan, investasi, dan turisme yang dilakukan oleh pemerintah (Anzela, 2023). Kemudian yang terakhir “Diplomasi Komersial: Promosi Perdagangan Dan Investasi Indonesia Terhadap Kenya Pasca Ktt Indian Ocean Rim Association (Iora) Di Era Presiden Joko Widodo (2015-2019)” di tulis oleh Ajeng Sekar Arum dan Dadan Suryadipura (2021) menjelaskan secara garis besar konsep diplomasi komersial dalam forum business to business (Ajeng Sekar Arum, 2021).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya. Penulis akan memfokuskan pada rumusan masalah yakni “Bagaimana Upaya Diplomasi Komersial Indonesia dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara melalui Bali Beyond and Travel Fair 2021-2024?”

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Secara Umum

Secara umum, penelitian ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan studi Strata 1 (S1) pada Program Studi Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

1.3.2 Secara Khusus

Penelitian ini ditulis dengan tujuan untuk memperoleh pemahaman secara mendalam terkait aspek-aspek diplomasi komersial yang diterapkan dalam program Bali Beyond and Travel Fair untuk peningkatan kunjungan wisatawan mancanegara serta pengaruh program Bali Beyond and Travel Fair sebagai pameran dagang internasional bagi para pemangku kepentingan bisnis pariwisata yang memberikan landasan positif bagi ekonomi negara yang tergabung dalam program tersebut.

1.4 Kerangka Pemikiran

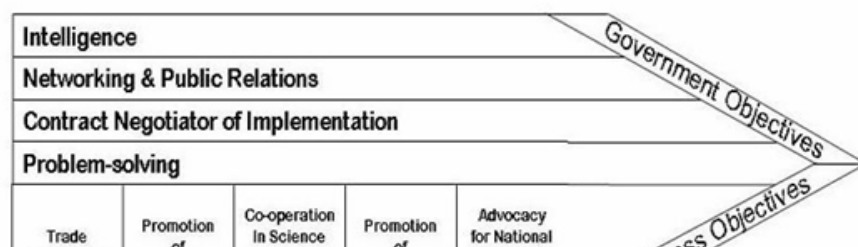
1.4.1 Diplomasi Komersial

Diplomasi merupakan sebuah keterampilan mengelola komunikasi dalam hubungan internasional, yakni hubungan antar negara-negara atau entitas internasional (Khairally, 2023). Biasanya dilakukan untuk mencapai tujuan politik, ekonomi, sosial, budaya melalui proses negosiasi atau perundingan. Beberapa ahli menjelaskan diplomasi komersial sebagai bagian dari diplomasi ekonomi yang berfokus pada kebijakan tetapi ada juga yang menjelaskan bahwa diplomasi komersial dan diplomasi ekonomi saling melengkapi meskipun keduanya berbeda konsep, hal ini membuat keduanya seringkali dianggap sama dan menimbulkan kebingungan untuk membedakannya. Diplomasi ekonomi lebih berfokus pada kebijakan ekonomi Tingkat internasional yang berhubungan dengan stabilitas keuangan global yang dapat mempengaruhi pertumbuhan ekonomi. Sedangkan diplomasi komersial berfokus pada upaya untuk mempromosikan dan melindungi kepentingan ekonomi suatu negara melalui hubungan internasional dengan tujuan

meningkatkan perdagangan, investasi, dan kerja sama ekonomi antar negara (Khoiriyah, 2021).

Kostecki dan Naray dalam *Commercial Diplomacy and International Business* (Michel Kostecki, 2007) menjelaskan diplomasi komersial sebagai layanan pemerintah dengan komunitas bisnis yang memiliki tujuan dalam pengembangan usaha bisnis internasional secara sosial. Para pelaku diplomasi komersial biasanya berasal dari staf misi diplomatik atau organisasi promosi perdagangan. Kegiatan utama diplomat komersial selalu terkait dengan pemasaran seperti mengelola hubungan antara penjual dan pembeli, kemudian dalam promosi perdagangan yakni keterlibatan diplomat komersial Dalam pameran dagang, ekshibisi, misi dagang, konferensi atau seminar, keterlibatan dalam promosi pariwisata. Diplomasi komersial merupakan kegiatan yang menciptakan rantai nilai. nilai yang dimaksud dalam hal ini adalah kombinasi manfaat yang diberikan kepada penerima manfaat dikurangi biaya manfaat tersebut bagi bisnis dan pemerintah.

(Sumber: Michel Kostecki, 2007)



Gambar 1. 2Value Chain of Commercial Diplomacy

Adapun rantai nilai dalam diplomasi komersial seperti yang tertera pada gambar diatas direpresentasikan dalam layanan diplomatik komersial yang terbagi dalam dua kegiatan yang terdiri dari (i) kegiatan utama yang berkaitan dengan perdagangan, penanaman modal asing, penelitian dan teknologi, pariwisata, dan perwakilan dunia usaha, (ii) kegiatan yang mendukung berlangsungnya kegiatan utama yakni yang berkaitan dengan dukungan pemerintah antara lain intelijen, jaringan, partisipasi dalam kampanye pencitraan. “buatan”, negosiasi bisnis. Sehubungan dengan daya Tarik FDI yang merangsang pertumbuhan ekonomi dan lapangan kerja di negara asal sektor atau wilayah prioritas. (Kostecki 2005) dijelaskan bahwa advokasi yang berpihak pada komunitas bisnis nasional menandakan adanya keterlibatan diplomasi komersial dalam urusan publik untuk kepentingan Perusahaan nasional dan asosiasi bisnis dalam hubungan mereka dengan pemerintah atau publik utama tuan rumah. Layanan diplomasi komersial yang mengutamakan pendekatan langsung ke bisnis menjadi penting untuk mendukung bisnis dalam negeri yang terlibat dalam negosiasi dengan otoritas dan Perusahaan negara tuan rumah. dalam buku yang ditulis oleh Okano-Heijmans menyebutkan ekspresi dalam diplomasi komersial yakni trade promotion (promosi perdagangan), investment promotion (promosi investasi), business advocacy (advokasi bisnis), dan tourism promotion (promosi turisme. Ekspresi dalam hal ini adalah alat dalam diplomasi komersial. Diplomasi ekonomi digambarkan sebagai kerjasama pemerintah dan bisnis dengan tujuan komersial yang menjelaskan kepentingan nasional (Khoiriyah, 2021).

1.4.2 Aktivitas Dipolomasi Komersial Dari Sudut Pandang Bisnis

1.4.2.1 Trade Promotion

Trade Promotion dalam penelitian ini didefinisikan sebagai upaya atau usaha yang dilakukan oleh para pelaku bisnis dalam memasarkan perdagangan Indonesia (Khoiriyah, 2021). Berfokus pada sektor perdagangan dan bisnis pariwisata Dimana para pelaku bisnis pariwisata mempromosikan produk kepada calon wisatawan dan melakukan Kerjasama dengan pelaku bisnis internasional (ITDC, 2022).

1.4.2.2 Promotion of Foreign Direct Investment (FDI)

Promotion of Foreign Direct Investment (FDI) didefinisikan sebagai segala upaya yang dilakukan oleh para pelaku usaha seiring dengan adanya platform untuk jaringan bisnis yang dihadiri oleh perusahaan internasional yang mendorong terjadinya FDI (Khoiriyah, 2021). Asosiasi yang berfokus dalam pengembangan pariwisata menjadi wadah bagi para pelaku bisnis pariwisata untuk berkoordinasi dengan penjual dan pembeli dalam sebuah pameran perjalanan yang diharapkan dapat menarik minat para pelaku bisnis internasional dalam mengembangkan bisnisnya di Indonesia (Dispar Buleleng, 2025).

1.4.2.3 Cooperation in Science & Technology

segala upaya yang dilakukan oleh pelaku bisnis bertujuan untuk mencapai kerjasama di bidang teknologi (Khoiriyah, 2021). Dilakukan para pelaku bisnis dengan tujuan meningkatkan efisiensi operasional melalui digitalisasi bisnis pariwisata atau *smart tourism* (BALI.COM, 2024).

1.4.2.4 promotion of tourism

promotion of tourism merupakan sebuah upaya dalam memasarkan produk pariwisata dan menonjolkan destinasi wisata, sebuah strategi untuk menarik wisatawan mancanegara untuk melakukan kunjungan ke destinasi wisata Indonesia (Khoiriyah, 2021). Para pelaku bisnis melalui kegiatan pameran pariwisata melakukan promosi terhadap produk mereka seperti hotel, paket perjalanan, restoran dan lain sebagainya (BALI.COM, 2024).

1.4.2.5 Advocacy for National Business Community

dalam sudut pandang bisnis Advocacy for National Business Community berkaitan dengan dukungan terhadap komunitas bisnis nasional dan Perusahaan nasional termasuk dalam negosiasi (Khoiriyah, 2021). Selain fokus pada transaksi komersial, pelaku bisnis juga aktif dalam advokasi untuk komunitas bisnis nasional dengan tujuan menciptakan pariwisata yang berkualitas dan berkelanjutan (BALI.COM, 2025).

1.4.3 Aktivitas Diplomasi Komersial Dari Sudut Pandang Pemerintah

1.4.3.1 Intelligent

Intelligent merupakan berbagai usaha pemerintah yang dilakukan dalam pencarian informasi, tahap pencarian informasi, yakni informasi yang berkaitan dengan event yang sedang di selenggarakan (Khoiriyah, 2021). Dalam hal ini pemerintah melakukan analisis terhadap tren dan data pasar sebagai pertimbangan dalam membuat kebijakan dalam upaya promosi pariwisata yang tepat (Kemenparekraf, 2023).

1.4.3.2 Networking & Public Relations

Networking & Public Relations berguna dalam hubungan strategis yang terjalin dengan duta-duta besar serta pelaku bisnis internasional (Khoiriyah, 2021). pemerintah memiliki hubungan strategis dengan kedutaan besar, mempermudah dalam pencarian jaringan bisnis dan memperluas potensi pasar ke negara pembeli atau negara potensial. Guna memperluas pengenalan destinasi ke negara-negara di dunia pemerintah Indonesia terutama Kementerian pariwisata dan ekonomi kreatif berkolaborasi dengan kedutaan besar seperti kolaborasi dengan kedutaan besar (RI, 2024).

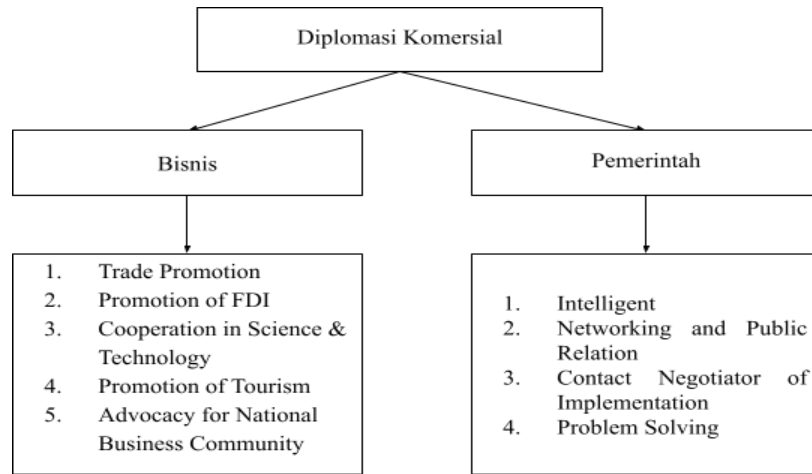
1.4.3.3 Contact Negotiator of Implementation

Dalam menyelesaikan masalah pada sektor bisnis maka dibutuhkan negosiator yang bertindak dalam negosiasi kontrak, hal ini bertujuan untuk meminimalisir terjadinya konflik antar pelaku bisnis (Khoiriyah, 2021). Pemerintah berperan sebagai fasilitator kolaborasi strategis yang menjamin kelancaran serta keberhasilan dalam sebuah event yang mempertemukan pelaku bisnis nasional dan internasional (Travel News, 2025).

1.4.3.4 problem-solving

Problem-solving merupakan bentuk bantuan atau dukungan terhadap Perusahaan nasional dalam menangani kerugian atau dapat dikatakan sebagai Tindakan perlindungan diplomatik. bentuk dukungan formal yang dilakukan pemerintah bertujuan untuk menciptakan lingkungan yang aman, terpercaya, dan kondusif bagi partisipasi komunitas bisnis internasional (BBTF, 2022).

1.5 Sintesa Pemikiran



Bagan 1. 1 Sintesa Pemikiran

Bagan diatas menjelaskan bahwa penelitian ini menggunakan konsep diplomasi komersial melalui sudut pandang bisnis dan pemerintah dimana keduanya memiliki peran yang berbeda namun saling melengkapi. Pemerintah memiliki peran yang mengarah pada rana kebijakan dan kerjasama internasional untuk mendukung perluasan jaringan, sedangkan pelaku bisnis berperan sebagai promotor dan terlibat dalam kerjasama bisnis serta pengembangan teknologi. Dalam penelitian ini berfokus pada promosi perdagangan pariwisata guna meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara.

1.6 Argumen Utama

BBTF 2021–2024 merupakan instrumen diplomasi komersial yang strategis bagi Indonesia dalam meningkatkan kunjungan wisatawan mancanegara (wisman). Melalui sinergi antara pelaku bisnis dan pemerintah, BBTF berperan dalam promosi pariwisata, menarik investasi asing, serta memperkuat kerja sama internasional di sektor pariwisata. Kolaborasi peran bisnis dan pemerintah menjadi aspek utama

dalam pelaksanaan diplomasi komersial BBTF sebagai salah satu pameran perjalanan terkemuka didukung langsung oleh kementerian pariwisata dan ekonomi kreatif terutama sebagai salah satu event yang berkontribusi dalam meningkatkan kembali kunjungan wisatawan mancanegara setelah pandemi covid 19. Pelaksanaan Bali Beyond and Travel Fair melibatkan tidak hanya pelaku bisnis tetapi juga pemerintah. Kegiatan atau kontribusi pelaku bisnis dalam BBTF meliputi promosi perdagangan seperti paket perjalanan dengan memanfaatkan platform B2B yang tersedia dalam BBTF, menciptakan paviliun khusus pariwisata dalam BBTF 2022 menjadi peluang dalam menarik investor asing.

Para pelaku bisnis juga melakukan efisiensi operasional melalui digitalisasi bisnis seperti menyediakan online ticketing dan virtual tour sebagai wujud dari cooperation of science and technology, kemudian yang paling utama yaitu melakukan promosi pariwisata dengan adanya paket wisata showcase (post tour program) dimana beberapa pelaku bisnis ikut serta dalam famtrip ke destinasi luar Bali dan mengajak buyer untuk melihat langsung layanan yang ditawarkan. Kelancaran dalam penyelenggaraan kegiatan tersebut tidak lepas dari peran pemerintah yang juga turut berkontribusi dalam beberapa aspek antara lain yakni sebagai penghubung potensi pariwisata Indonesia ke melalui kolaborasi dengan kedutaan besar yang tercatat pada tahun 2024 antara lain yakni kedutaan besar RI untuk Panama dan Bulgaria lengkap dengan key opinion leader, pelaku bisnis, dan media dari masing-masing negara untuk melakukan pengenalan perjalanan wisata (Familiarization trip) ke destinasi di Indonesia, selain itu pemerintah juga mengupayakan kemudahan akses masuk ke Indonesia dengan pemberlakuan BVK (Bebas Visa Kunjungan) dengan tujuan pariwisata selama 30 hari serta VoA (Visa

on Arrival) untuk Warga negara Asing tertentu dengan tujuan untuk mempermudah akses wisatawan mancanegara ke Indonesia sehingga berpeluang besar meningkatkan kunjungan wisatawan mancanegara. .

1.7 Metodologi Penelitian

1.7.1 Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah penelitian Deskriptif Analitis. Penelitian deskriptif adalah sebuah penelitian yang bertujuan untuk memberikan mengumpulkan informasi mengenai status suatu gejala yang ada. Atau keadaan gejala apa adanya pada saat penelitian dilakukan. Dalam perkembangannya penelitian deskriptif tidak hanya menjelaskan situasi atau kejadian yang sudah berlangsung tetapi juga dirancang untuk mengetahui hubungan antar satu variabel dengan variabel lain (Suharsimi Arikunto 2005). Dalam kaitannya dengan Bali Beyond and Travel Fair maka jenis penelitian ini diharapkan mampu menggambarkan dan mengungkap data-data dan juga menganalisis kebenaran dari diplomasi komersial dalam pameran dagang Bali Beyond and Travel Fair.

1.7.2 Jangkauan Penelitian

Penelitian ini mencakup periode tahun 2020 hingga 2024, dengan fokus pada analisis upaya komersial Indonesia dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara melalui penyelenggaraan Bali & Beyond Travel Fair (BBTF). Pemilihan rentang waktu ini didasarkan pada dinamika signifikan yang mempengaruhi sektor pariwisata, khususnya akibat pandemi COVID-19. Tahun 2020 dipilih sebagai titik awal karena merupakan tahun pertama pandemi global COVID-19 yang berdampak besar terhadap industri pariwisata, termasuk

pelaksanaan BBTF. Tahun 2021 menandai fase awal pemulihan, di mana strategi promosi dan kegiatan kepariwisataan mulai disesuaikan dengan kondisi adaptasi kebiasaan baru. Pelaksanaan BBTF kembali dilakukan secara optimal pada tahun 2023 setelah melalui masa transisi, mencerminkan pemulihan sektor pariwisata secara bertahap. Tahun 2024 menjadi pelaksanaan paling aktual dalam jangkauan penelitian ini, sekaligus mencerminkan kesinambungan dan konsistensi strategi komersial pemerintah dalam memasarkan destinasi Indonesia, khususnya Bali, ke pasar internasional. Dengan demikian, jangkauan penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan perubahan, adaptasi, serta efektivitas strategi komersial yang diterapkan melalui BBTF dalam kurun waktu lima tahun terakhir, dalam konteks pemulihan dan penguatan sektor pariwisata nasional pasca pandemi.

1.7.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah utama dalam sebuah penelitian, karena tujuan dari sebuah penelitian adalah mendapatkan data dari sumber data. Teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan memperhatikan berbagai sumber dan berbagai cara yang dianggap sesuai dengan penelitian tersebut. Untuk memudahkan dalam pengambilan data, penulis menggunakan metode pengumpulan data kualitatif, yakni dengan pengumpulan data-data sekunder yang didapat dari penelusuran di Internet, studi pustaka atau metode pengumpulan data dengan cara mencari sumber dan menginterpretasi dari berbagai sumber seperti jurnal, buku, dan riset-riset yang sudah ada sebelumnya (Miza Nina Andlini, 2022). Dilakukan juga dengan cara memahami serta mempelajari berbagai teori dari literature-literatur yang berhubungan dengan penelitian tersebut. Dalam

penelitian ini mencoba untuk memahami teori yang berhubungan dengan, kerjasama ekonomi internasional, promosi pariwisata , serta perdagangan dalam Bali Beyond and Travel Fair.

1.7.4 Teknik Analisis Data

Penjelasan analisis data dalam penelitian kualitatif menurut Sugiyono memiliki sifat induktif dimana analisis didasarkan pada data yang telah didapat dan diuraikan kembali menjadi sebuah hipotesis yang menjadi pedoman dalam pencarian data selanjutnya. Teknik analisis data pada penelitian ini dijelaskan menggunakan teknik analisis data dari Miles dan Huberman yang disebut sebagai teknik analisis data interaktif yang terbagi menjadi tiga tahapan yakni tahapan reduksi data, penyajian data, dan pengambilan kesimpulan. Tahap reduksi data adalah proses pengelompokan, penyederhanaan, dan memfokuskan data-data yang diperoleh sesuai dengan fokus dari penelitian sehingga terkumpul data pokok. Tahapan kedua yakni penyajian data yang merupakan proses penyampaian data hasil penelitian secara sistematis sehingga mudah dipahami, dalam penelitian ini penulis menyajikan data melalui narasi deskriptif. Tahapan selanjutnya adalah pengambilan kesimpulan, dimulai sejak proses pengumpulan data yang mengharuskan penulis memahami arti atau makna dari data yang telah diperoleh yang kemudian digunakan untuk menentukan langkah selanjutnya (Qomaruddin & Sa'diyah, 2024)

1.7.5 Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini menggunakan sistematika penulisan yang terbagi menjadi 4 (empat) BAB utama untuk menggambarkan penulisan dengan tujuan agar dapat memudahkan pembaca dalam memahami penelitian ini.

BAB I berisikan pendahuluan yang tersusun dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kerangka pemikiran, sintesa pemikiran, argumen utama, serta metode penelitian yang berisi tipe penelitian, jangkauan penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan sistematika penulisan.

BAB II berisikan penjelasan tentang peran pemerintah dan bisnis dalam diplomasi komersial sebagai upaya peningkatan jumlah kunjungan wisman.

BAB III berisikan penjelasan tentang analisis aspek diplomasi komersial dalam Bali Beyond and Travel Fair.

BAB IV sebagai bab terakhir akan berisikan kesimpulan penelitian yang dapat diambil dari pengujian argumen utama yang sudah dilakukan serta saran dari penulis untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan.