



DIPLOMASI KOMERSIAL INDONESIA DALAM MENINGKATKAN JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN MANCANEGARA MELALUI BALI BEYOND AND TRAVEL FAIR TAHUN 2021-2024

Amelia Putri Anbiya^{1*}, Resa Rasyidah²

^{1,2}Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

*Corresponding Author Email: ameliaanbiya@gmail.com



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

Abstrak: Penelitian ini mengkaji mengenai upaya yang dilakukan pemerintah dan pelaku usaha di sektor pariwisata untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara selama periode 2021 hingga 2024. Penurunan jumlah wisatawan mancanegara pasca pandemi COVID-19 menjadi perhatian khusus pemerintah dan pelaku usaha karena berdampak pada ketidakstabilan ekonomi dan popularitas pariwisata di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kebijakan, program, dan aksesibilitas untuk meningkatkan kunjungan wisatawan mancanegara. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini meliputi analisis kualitatif terhadap laporan perkembangan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara, laporan organisasi pengelola destinasi, dan data-data yang terkait dengan Bali Beyond and Travel Fair (BBTF), jumlah kunjungan wisatawan mancanegara, upaya pengembangan pariwisata. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa melalui program pameran dagang internasional Bali Beyond dan Travel Fair, pemerintah dan organisasi serta pelaku bisnis pariwisata telah berhasil melakukan kerjasama untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara dari berbagai perspektif. Dari segi bisnis, upaya yang dilakukan adalah mengedepankan promosi pariwisata Indonesia, khususnya Bali dan sekitarnya, dengan menciptakan inovasi-inovasi untuk mendukung peningkatan penjualan paket-paket wisata. Dari sisi pemerintah mengupayakan kemudahan akses pasar, koneksi, dan kebijakan-kebijakan yang berlaku selama program berlangsung.

Kata Kunci: pemerintah; bisnis; diplomasi komersial; bali beyond dan travel fair; pariwisata.

Abstract: This study examines the efforts made by the government and business actors in the tourism sector to increase the number of foreign tourist visits during the period 2021 to 2024. The decline in the number of foreign tourists after the COVID-19 pandemic is of particular concern to the government and business actors because it has an impact on economic instability and tourism popularity in Indonesia. This study aims to analyze policies, programs, and accessibility to increase foreign tourist visits. The research methods used in this study include qualitative analysis of reports on the development of the number of foreign tourist visits, reports of destination management organizations, and data related to the Bali Beyond and Travel Fair (BBTF), the number of foreign tourist visits, tourism



development efforts. The results of this study show that through the Bali Beyond and Travel Fair international trade show program, the government and tourism organizations and businesses have successfully cooperated to increase the number of foreign tourist visits from various perspectives. In terms of business, the efforts made are prioritizing the promotion of Indonesian tourism, especially Bali and its surroundings, by creating innovations to support the increase in sales of tour packages. From the government side, it seeks easy access to markets, connections, and policies that apply during the program.

Keywords: *government; business; commercial diplomacy; bali beyond and travel fair; tourism.*

PENDAHULUAN

Hingga saat ini pariwisata masih menjadi sektor penunjang bagi kemajuan ekonomi kreatif, Indonesia dikenal memiliki banyak destinasi wisata alam yang indah seperti pantai, hutan tropis, kawasan konservasi dan lain sebagainya. Selain itu Indonesia dikenal luas dengan keberagaman budaya dan masyarakat yang ramah sehingga memberikan kenyamanan dan kesan tersendiri bagi para wisatawan mancanegara. Bahkan Indonesia turut menonjolkan destinasi wisata sejarah yang dikemas menjadi satu paket wisata seperti wisata religi Wali songo dimana perjalanan wisata dimulai dari Jawa Timur, Jawa Tengah, dan Jawa Barat dan biasanya banyak yang mengadakan open tour untuk wisata tersebut tetapi kebanyakan hanya diminati oleh wisatawan lokal. Hal ini menunjukkan fakta bahwa pariwisata di Indonesia tidak terbatas pada keelokan alam namun juga mencakup berbagai aspek mulai dari ekonomi, pendidikan dan terkadang pariwisata tidak hanya dilakukan untuk menghilangkan rasa bosan tetapi juga melibatkan hubungan manusia dengan Tuhan Yang Maha Esa (Puri Izzatul Islam, 2023). wisatawan mancanegara biasa melakukan kunjungan untuk liburan, kepentingan bisnis, atau olahraga, kegiatan yang dilakukan oleh para wisatawan adalah belanja komoditas atau melakukan konsumsi terhadap komoditas wisata di negara tujuan wisata.

Pengeluaran wisatawan dalam neraca nasional dianggap sebagai *export* ke negara wisatawan asing berasal sehingga menyebabkan adanya peningkatan terhadap produksi dan konsumsi untuk memenuhi komoditas wisata yang kemudian keduanya dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi di negara destinasi yang juga akan mendorong perkembangan pariwisata (Anggita Permata Yakup, 2019). Pariwisata dapat menghasilkan devisa negara juga membantu mendorong investasi pada bidang infrastruktur yang secara tidak langsung maupun langsung mendorong perkembangan di bidang ekonomi lainnya. Pariwisata juga menjadi sektor utama yang memberikan banyak kesempatan kerja yang berpengaruh pada peningkatan pendapatan. karena itu pariwisata tidak hanya menjadi sektor pendukung bagi perekonomian

negara tetapi dikatakan sebagai sektor utama disaat sektor industri lain terancam oleh perkembangan tren globalisasi dan teknologi (Afif Manthofi, 2024).

Pariwisata tidak akan berkembang hanya melalui keelokan destinasi tetapi yang utama justru melalui jumlah kunjungan yang masuk untuk mengkonsumsi komoditas wisata terutama kunjungan wisatawan mancanegara. Jika dibandingkan dengan wisatawan domestik, wisatawan mancanegara lebih banyak melakukan belanja atau melakukan konsumsi komoditas wisata, sehingga jumlah kunjungan wisatawan mancanegara lebih berdampak terhadap perkembangan pariwisata di negara tujuan wisata.

Akibat pandemi covid 19 pada tahun 2021 jumlah kunjungan wisatawan mancanegara mengalami penurunan sebanyak 81,78 persen diperoleh dari perbandingan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara periode Januari-April 2021 dengan jumlah kunjungan pada periode yang sama di tahun sebelumnya (Badan Pusat Statistik, 2021). Tercatat jumlah wisatawan mancanegara yang masuk ke Indonesia sebanyak 1,55 juta orang didominasi kunjungan dengan moda transportasi laut sebanyak 24%, udara sebanyak 11% dan sangat drastis jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya (Yanwardhana, 2022). Hal ini berdampak langsung pada okupansi hotel-hotel di Indonesia (Tren Pariwisata Indonesia di Tengah Pandemi, 2021). Setelah menghadapi dampak dari pandemi Covid 19 yang cukup drastis, diketahui nilai devisa pariwisata tahun 2020- 2023 cenderung mengalami peningkatan hingga melampaui target pada tahun 2023 yang disebabkan oleh adanya fenomena revenge tourism yakni ajang balas dendam para wisatawan mancanegara yang terpaksa menunda perjalanan selama pandemi sehingga kegiatan pariwisata menjadi prioritas utama dan menurut UNWTO tren perjalanan hampir 90% mengalami pemulihan termasuk Indonesia (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2023).

Hal tersebut tentunya tidak lepas dari berbagai upaya yang dilakukan pemerintah dalam rangka pemulihan kembali wisata-wisata di Indonesia dan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara. Upaya yang dilakukan pemerintah dibagi menjadi tiga fase yakni: Fase Tanggap Darurat, Fase Pemulihan dan Fase Normalisasi (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, 2023).

1. *Fase Tanggap Darurat*, langkah ini berfokus pada kesehatan yang berhubungan dengan adanya perlindungan sosial, dorongan terhadap kreativitas dan produktivitas saat WFH, serta sebagai persiapan upaya pemulihan setelah pandemi berlangsung.
2. *Fase Pemulihan*, langkah ini berfokus pada dibukanya kembali aktivitas pariwisata secara perlahan dengan mendorong terlaksananya berbagai kegiatan yang

berhubungan dengan promosi pariwisata seperti MICE (*Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition*) tidak lupa dengan penerapan protokol kesehatan.

3. *Fase Normalisasi*, difokuskan pada pelaksanaan pada langkah sebelumnya, dengan persiapan matang (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, 2023).

Upaya tersebut tentunya berkaitan dengan penelitian ini yakni fokus terhadap peningkatan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara sesuai dengan fase kedua dan ketiga yakni pemulihan dan normalisasi melalui kegiatan MICE yakni kegiatan pariwisata yang memiliki fokus terhadap bisnis dan profesional dengan melibatkan pertemuan besar, insentif, konvensi, dan pameran. *Bali Beyond and Travel Fair* merupakan kegiatan MICE (*Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions*) BBTF (*Bali Beyond and Travel Fair*) yang diselenggarakan atas kerjasama pemerintah dan pemangku kepentingan pariwisata terutama pariwisata Bali dan sekitarnya. BBTF merupakan event pameran pariwisata yang diselenggarakan setiap tahun. Kegiatan ini diselenggarakan pertama kali pada tahun 2014, diprakarsai oleh Ketut Ardana Ketua *Association of The Indonesian Tours and Travel Agencies* (ASITA), bertujuan untuk mempromosikan perjalanan wisata di Bali dan luar Bali. Pada masa pandemi, program tersebut giat melakukan inovasi untuk kembali menarik lebih banyak kunjungan wisatawan mancanegara terutama pada 2023 yang didukung langsung oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, 2023).

Bali dipilih sebagai tuan rumah penyelenggara *Bali Beyond and Travel Fair*, bukan hanya sebagai pelopor BBTF tetapi Bali dinilai cukup signifikan sebagai tempat terselenggaranya ajang pameran perjalanan ini, selain destinasi wisata yang mendunia Bali seringkali dijadikan tempat tinggal sementara atau bahkan tetap bagi Sebagian warga negara asing karena memiliki keunikan tersendiri. Namun Bali tidak cukup luas Ketika nantinya para wisman memutuskan untuk berlibur ke Indonesia, maka dari itu BBTF diselenggarakan untuk mengenalkan destinasi luar Bali yang tidak kalah menarik untuk diKunjungi oleh para wisman seperti 5 destinasi prioritas yang juga didukung oleh Kementerian pariwisata dan ekonomi kreatif yakni Borobudur, Danau Toba, Likupang, Mandalika, Labuan Bajo (Kementerian Pariwisata Republik Indonesia, 2021). Tiket atau paket perjalanan kelima destinasi tersebut turut dipamerkan dalam forum BBTF. Selain itu adanya sesi *business to business* menjadi wadah kolaborasi antar pelaku industri pariwisata yakni agen perjalanan, maskapai penerbangan, bisnis perhotelan dan lain sebagainya. Banyak manfaat yang dihasilkan dengan adanya sesi B2B ini seperti mempererat kerja sama pariwisata Indonesia dengan negara lain,



mendapat peluang kemitraan strategis, mendapat akses ke jaringan Internasional (Karyati, 2024). Penelitian ini akan memberikan penjelasan terhadap pentingnya diplomasi komersial yang akan memberikan dampak terhadap pemulihan pariwisata Indonesia setelah pandemi Covid-19 dan melalui *Bali Beyond and Travel Fair* k, dari hal tersebut dapat diketahui aspek aspek diplomasi komersial yang mampu menciptakan pariwisata yang berkualitas. Promosi pariwisata diharapkan mampu meningkatkan jumlah junjungan wisatawan mancanenagara termmasuk juga pada pasar wisatawan muslim dengan menawarkan fasiilitas pariwisata yang ramah muslim dan halal.

KAJIAN PUSTAKA

Pada bagian ini secara khusus menjelaskan dan membahas mengenai penelitian terdahulu yang berkaitan dengan diplomasi komersial pada aktivitas pariwisata untuk dijadikan referensi dalam menjelaskan penelitian ini. Mempelajari data yang diperoleh dari penelitian terdahulu untuk mengetahui kesalahan atau keberhasilan dalam pelaksanaan diplomasi komersial sebagai upaya promosi perdagangan pariwisata. Penelitian ditulis berdasarkan teori diplomasi dalam upaya peningkatan pariwisata. Diplomasi merupakan sebuah alat atau keterampilan berkomunikasi untuk mengelola hubungan internasional, hubungan antar negara atau entitas internasional (Khairally, 2023). Diplomasi biasanya berkaitan dengan negosiasi, kerjasama untuk mencapai kepentingan politik, ekonomi, sosial, dan budaya. Penelitian ini fokus pada pemahaman dan analisis diplomasi komersial.

Sumber-sumber yang berkaitan dengan penelitian ini yang *pertama* adalah penelitian yang dilakukan oleh Nurul Faizah dengan judul Diplomasi Komersial Indonesia di Era Digital Melalui *Next Indonesia Unicorn (Nexticorn)*. Secara singkat penelitian ini menjelaskan upaya Indonesia dalam meningkatkan investasi pada bidang ekonomi digital dengan strategi diplomasi komersial. Program *Nexticorn* merupakan bentuk inisiatif dari kementerian Komunikasi dan Informatika dalam rangka menciptakan lebih banyak perusahaan *startup* digital di Indonesia. Secara singkat hasil dari penelitian ini adalah Indonesia berhasil mendorong perkembangan ekonomi digital dimana Indonesia telah memiliki 4 *Unicorn* dari total 10 *Unicorn* di Asia Tenggara yang tercatat pada tahun 2019 (Faizah, 2021). Dengan demikian dalam penelitian ini dapat diambil pelajaran bahwa peran pemerintah tidak hanya menjadi regulator tetapi juga fasilitator untuk menarik lebih banyak investor dan dapat lebih banyak melakukan komunikasi antar kementerian untuk mempermudah perluasan jaringan.

Pnelitian *kedua* Penelitian kedua, dilakukan oleh Amanda Ibel Anzela dengan judul Diplomasi Komersial 5 Destinasi Super Prioritas: Promosi dan Kerja Sama. Secara ringkas

penelitian ini menjelaskan upaya pemerintah dalam membangun kepariwisataan nasional dengan mengedepankan 10 destinasi prioritas yakni Danau Toba, Tanjung Kelayang, Tanjung Lesung, Kepulauan Seribu, Borobudur, Bromo, Mandalika, Labuan Bajo, Wakatobi, dan Morotai sebagai destinasi di luar Bali sehingga pertumbuhan ekonomi melalui pariwisata dapat dilaksanakan secara merata (Anzela, 2023). Namun pada penelitian ini ditemukan data bahwa Bali masih menjadi prioritas sebagai wisata yang paling sering dikunjungi daripada wisata di luar Bali. Sehingga dapat diambil dari penelitian ini adalah bahwa penggunaan diplomasi komersial sebisa mungkin melibatkan lebih banyak kerja sama antara pemerintah dan pelaku bisnis pariwisata.

Penelitian *ketiga*, dilakukan oleh Ni Luh Putu Septiani Putri Darmayanti dan Ketut Arjaya dengan judul Pengaruh Bauran Pemasaran Bagi Peserta Sellers Terhadap Keputusan Berpartisipasi Dalam Kegiatan Bali & Beyond Travel Fair 2019 di ASITA Bali. Penelitian ini membahas secara singkat mengenai kombinasi pemasaran jasa yang terdiri dari produk, tempat, harga, promosi terhadap keputusan para peserta yang bergabung sebagai sellers dalam BBTF. Hasil dari penelitian ini secara singkat menjelaskan. Pada penelitian ini dihasilkan data bahwa bauran pemasaran jasa pada Bali Beyond and Travel Fair berpengaruh “sedang” terhadap keputusan partisipan dan untuk mendapatkan data yang lebih banyak diperlukan kajian lebih detail terkait bauran pemasaran (Ni Luh Putu Septiani Putri Darmayanti, 2022). Untuk itu dalam penelitian ini dapat diambil pelajaran bahwa untuk menarik minat partisipan terutama partisipan asing diperlukan strategi untuk mengetahui trend pasar.

METODE PENELITIAN

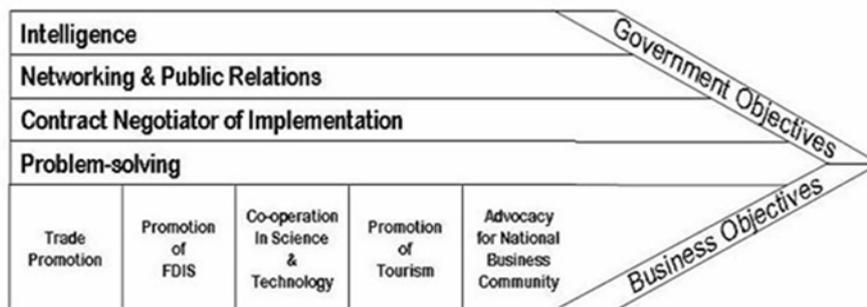
Penelitian ini menggunakan metode deskriptif analitis yang bertujuan untuk menggambarkan serta menganalisis fenomena upaya diplomasi komersial Indonesia dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara melalui *Bali & Beyond Travel Fair* (BBTF) pada periode 2021–2024. Metode deskriptif analitis dipilih karena sesuai untuk menguraikan data-data yang diperoleh, mengidentifikasi pola, serta menarik kesimpulan berdasarkan fakta-fakta yang sudah ada tanpa melakukan eksperimen atau intervensi langsung di lapangan. Jenis penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan analitis yang berfokus pada pengumpulan, penyajian, dan analisis data yang bersifat deskriptif. Menggambarkan kondisi, kebijakan, strategi, serta dampak diplomasi komersial yang dilakukan pemerintah Indonesia melalui kegiatan BBTF untuk menarik wisatawan mancanegara. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari berbagai sumber online seperti artikel berita, laporan resmi dari badan pusat statistik (BPS), jurnal akademik

yang relevan dengan topik pariwisata dan diplomasi komersial, postingan pada penyelenggaraan BBTF, situs web resmi dari BBTF dan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Subjek penelitian ini adalah data sekunder yang dikumpulkan melalui internet dengan lokasi penelitian bersifat virtual dimana seluruh data dikumpulkan secara daring dengan fokus wilayah kajian adalah Indonesia. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan cara studi literatur dengan mencari dan memilah sumber-sumber melalui Internet terkait pelaksanaan diplomasi komersial dalam *Bali Beyond and Travel Fair*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Pelaksanaan Diplomasi Komersial dalam *Bali Beyond and Travel Fair*

BBTF menjadi salah satu instrumen diplomasi komersial terutama pada periode tahun 2021-2024 sebagai upaya dalam mempromosikan pariwisata pada pasar internasional setelah pandemi Covid-19. Pemerintah melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi kreatif memanfaatkan BBTF sebagai sarana promosi untuk memulihkan citra Indonesia sebagai destinasi yang aman, menarik, dan memiliki kesiapan untuk menerima wisatawan mancanegara. Dalam beberapa penelitian disebutkan bahwa BBTF menjadi event yang paling dinanti setiap tahun untuk dapat memasarkan produk wisata pada periode tertentu, seperti yang disampaikan pada penelitian Nova Irma Suryani, NPE.Mahadewi, & LGLK. Dewi (2024) yang menyebutkan bahwa BBTF menjadi strategi pemasaran *Entrance Ticket* dalam kondisi *low season* (Nova Irma Suryani Samosir, 2024). Ini berarti bahwa event tersebut bisa digunakan sebagai strategi untuk mendorong pemulihan pariwisata setelah pandemi Covid-19 dengan tujuan yang sama yakni memulihkan jumlah kunjungan wisatawan, khususnya wisatawan mancanegara.



Gambar 1. Value Chain of Commercial Diplomacy (Kostecki, 2007)

Aktivitas diplomasi komersial dibedakan melalui dua sudut pandang yakni sudut pandang pemerintah dan bisnis. Aktivitas diplomasi dari sudut pandang bisnis jika dilihat dan



dikaitkan dengan penelitian ini meliputi; *Trade Promotion* yakni usaha- usaha yang dilakukan oleh pelaku bisnis untuk mempromosikan perdagangan Indonesia melalui berbagai macam forum salah satunya dalam *Bali Beyond and Travel Fair*. Kemudian, *Promotion of Foreign Direct Investment* (FDI) yakni platform yang tersedia membuka jaringan bisnis yang memungkinkan perusahaan-perusahaan internasional melihat peluang investasi. Selanjutnya, *Cooperation in Science & Technology* memberikan wadah bagi teknologi dan inovasi dalam sektor pariwisata terutama dalam upaya pengembangan usaha pada masa pandemi. Kemudian, *promotion of tourism* dilakukan untuk mengenalkan destinasi wisata kepada pengunjung terutama pengunjung dari mancanegara. Yang terakhir, *Advocacy for National Business Community* yakni aktivitas yang mendukung komunitas bisnis nasional dan perusahaan nasional dalam negosiasi (Faizah, 2021).

Aktivitas diplomasi komersial dari sudut pandang pemerintah meliputi; *Intelligence* yakni pencarian informasi oleh pemerintah yang berkaitan dengan kegiatan MICE (*Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions*) yang sedang berlangsung. *Networking & Public Relations* berguna dalam menjalin hubungan strategis antara duta- duta besar dan pelaku bisnis untuk memperluas pasar. Selanjutnya, *Contact Negotiator of Implementation* dimana terdapat negosiator yang menghubungkan antara pemerintah dan perusahaan besar. Yang terakhir adalah *problem-solving* yakni dukungan atau perlindungan diplomatik bagi perusahaan-perusahaan yang mengalami kerugian (Faizah, 2021). Berdasarkan penelitian (Killian, n.d.) menjelaskan secara garis besar bahwa aktivitas diplomasi komersial yang dilakukan oleh pemerintah daerah mencakup kegiatan promosi dagang, investasi, dan promosi pariwisata. Berdasarkan penelitian 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.

Implementasi Diplomasi Komersial oleh Pemerintah dalam program *Bali Beyond and Travel Fair*

Penurunan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara diakibatkan karena adanya kebijakan yang membatasi mobilitas hingga pelarangan perjalanan antar negara yang diterapkan hampir oleh seluruh negara termasuk Indonesia (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, 2021). Penurunan kunjungan wisatawan mancanegara tentunya memberikan dampak langsung terhadap usaha penunjang pada sektor pariwisata



seperti sistem yang menyediakan akomodasi mulai dari makanan, minuman, penginapan hingga agen perjalanan. Pada 2021, pemerintah Indonesia giat melakukan upaya-upaya untuk menyelamatkan industri pariwisata terutama untuk meningkatkan kembali kunjungan wisatawan mancanegara. Setelah melalui tahap tanggap darurat dan tahap pemulihan di tahun 2020, pemerintah melaksanakan tahap normalisasi pada tahun 2021 yakni fokus terhadap publikasi dan promosi di luar negeri dan di dalam negeri, penyelenggaraan event nasional dan internasional, serta dukungan terhadap destinasi (Fadilah, 2021).

Dalam sebuah event besar yang berskala internasional, peran pemerintah terhadap kebijakan-kebijakan yang diciptakan sangat berpengaruh dalam perkembangan promosi pariwisata terutama kebijakan dalam kemudahan keluar masuk bagi para wisatawan mancanegara ke negara tujuan wisata. Pemberlakuan Bebas Visa Kunjungan (BVK) merupakan kebijakan pemerintah sebagai strategi yang paling efektif untuk menarik kunjungan wisatawan mancanegara. Kebijakan tersebut sempat dibahas oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dalam forum *Bali Beyond and Travel Fair* tahun 2023 yang menyampaikan bahwa pemberhentian kebijakan bebas visa pada masa pandemi tidak akan mengurangi jumlah kunjungan wisatawan mancanegara karena pemberhentian tersebut hanya berlaku untuk 159 negara dengan kategori rendah dalam kontribusi kunjungan ke Indonesia. Dengan kembali dibukanya border pada 2022, kunjungan wisatawan mancanegara mulai meningkat, sehingga pemerintah melakukan peninjauan ulang terhadap kebijakan bebas visa dan mengupayakan strategi yang lebih tepat dengan adanya VoA (*Visa on Arrival*) (Kemenparekra/Baparekraf, 2023). Kebijakan penggunaan Visa on Arrival telah berlaku sejak tahun 2022 dengan tujuan mengembangkan pariwisata berkelanjutan. e-VoA memiliki kelebihan dalam proses pengajuan, transaksi, dan perpanjangan yang lebih mudah hanya melalui web resmi imigrasi (Kementerian Imigrasi dan Pemasarakatan, 2025). Selain VoA dalam forum BBTF pemerintah menyampaikan akan ada golden visa dengan masa tinggal 10 tahun, hal ini diperuntukan bagi Warga Negara Asing (WNA) yang ingin berinvestasi di Indonesia (Budiarti, 2024). Adanya pameran dagang seperti BBTF yang memiliki platform business to business berpotensi membuka peluang bisnis bagi para kandidat bisnis internasional. Upaya pemerintah dalam kebijakan ini dinilai cukup efektif dalam meningkatkan kunjungan wisatawan mancanegara meskipun belum lebih baik dibanding periode sebelum pandemi COVID-19.

Pemerintah juga berperan sebagai *networking and public relation*, sebagai aktor utama dalam urusan diplomatik pemerintah berkontribusi dalam memperluas jaringan pemasaran



pasar global. Hubungan strategis yang terjalin antara pemerintah dan duta-duta besar di berbagai negara menambah peluang tercapainya jaringan yang semakin luas dalam upaya peningkatan kunjungan wisman dari masing-masing negara ke Indonesia (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, 2024). Sebagai pendukung utama dalam BBTF kementerian pariwisata dan ekonomi kreatif pada tahun 2024 mengundang sejumlah pelaku wisata dari beberapa negara untuk melakukan famtrip (*familiarization trip*) di Bali dan sejumlah destinasi pariwisata Indonesia seperti Yogyakarta, Labuan Bajo, Jakarta, Bandung dan lainnya. Negara-negara yang turut serta dalam famtrip yang diselenggarakan oleh kementerian pariwisata dan ekonomi kreatif ini antara lain Bulgaria, sejumlah negara di Amerika Tengah, dan Arab Saudi. Diwakili kedutaan besar dan media dari masing-masing negara. Negara-negara tersebut memiliki potensi bagi pengembangan pasar pariwisata Indonesia, pada tahun 2023 kunjungan dari Bulgaria meningkat hampir 33 persen, kemudian kunjungan dari negara-negara Amerika Tengah mencapai 35 persen, dan kunjungan Arab Saudi sekitar 30 persen. Hal ini merupakan salah satu keberhasilan dari diselenggarakannya kegiatan famtrip. BBTF termasuk kedalam salah satu bursa pariwisata internasional yang ditunggu-tunggu oleh para pelaku pariwisata di Bulgaria seperti yang disampaikan oleh Duta Besar RI untuk Bulgaria, Macedonia Utara, dan Albania yakni Iwan Bogananta. Sebagai bentuk terima kasih kepada kementerian pariwisata dan Ekonomi Kreatif yang telah memberikan prestasi bagi pariwisata Indonesia di Mata Dunia dan sebagai dukungan terhadap program yang dijalankan oleh pemerintah Indonesia dalam memajukan pariwisata dan ekonomi para Duta Besar dari negara-negara pasar yang menjadi peserta famtrip turut berupaya dalam penyampaian atau pemasaran pariwisata Indonesia di negara masing-masing (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, 2024).

Kerja Sama Pemerintah dan Sektor Bisnis dalam Pelaksanaan *Bali Beyond and Travel Fair*

Bali Beyond and Travel Fair (BBTF) merupakan pameran perjalanan internasional dan pariwisata terkemuka di Indonesia yang melibatkan banyak pihak di dalamnya. Penggagas terselenggaranya BBTF adalah Asosiasi Perusahaan Perjalanan Wisata Indonesia atau *Association of The Indonesian Tours and Travel Agencies* (ASITA) Bali sejak 2014 dan didukung oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia (ITDC, 2022). Kerjasama antara pemerintah dan pelaku bisnis pariwisata menjadi sangat penting untuk keberlanjutan pariwisata. *Bali Beyond and Travel Fair* tidak hanya melibatkan *seller* dan *buyer*



dari dalam negeri dan luar negeri tetapi juga peran pemerintah daerah Bali dan sekitarnya. Pemerintah daerah dalam hal ini memberikan dorongan terhadap destinasi di wilayahnya masing masing. BBTF menjadi wadah dalam ajang promosi pariwisata untuk mengenalkan tidak hanya destinasi dalam Bali tetapi juga luar Bali. Kegiatan ini diikuti oleh berbagai travel agent seperti bisnis restoran, hotel, dan tiket perjalanan (Travel, 2024). Perusahaan akomodasi perjalanan membuat paket perjalanan untuk dipasarkan kepada para buyer baik dari dalam maupun luar negeri. Sedangkan pemerintah memberikan dukungan dalam proses pemasaran. Hal tersebut sesuai dengan konsep pada diplomasi komersial dimana pemerintah dan sektor bisnis memiliki peran yang berbeda dimana kerjasama antara keduanya menghasilkan upaya komersial untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara. Pada tahun 2023, pemerintah mengeluarkan kebijakan yakni dicabutnya status pandemi COVID-19 di Indonesia dan telah memasuki masa endemi. Kebijakan tersebut dibarengi dengan upaya Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia dalam peningkatan kunjungan wisatawan mancanegara melalui penyelenggaraan berbagai event Internasional (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, 2023).

Karakteristik Khusus pada *Bali Beyond and Travel Fair 2024*

Terdapat banyak sekali tantangan dalam pelaksanaan BBTF dari tahun ke tahun selama periode 2021-2024. Tentu hasil yang diharapkan dari rangkaian acara setiap tahunnya adalah peningkatan pada angka jumlah kunjungan wisatawan sebagai tanda pemulihan pariwisata di Indonesia untuk kembali nampak pada pasar Internasional. Selama periode tersebut pelaksanaan *Bali Beyond and Travel Fair* menjadi tahun terbaik dalam sejarah pelaksanaan BBTF, karena pada tahun tersebut berhasil menarik lebih banyak partisipan daripada tahun-tahun sebelumnya (Bali.com, 2024). Selain itu terdapat beberapa fitur pada pelaksanaan *Bali Beyond and Travel Fair* yang menjadi sorotan antara lain:

1. Aplikasi Pembeli diperluas meliputi WO, MICE, Corporate, selain itu juga terbuka untuk market potensial lintas *tourism*, dan lintas kementerian.
2. Mengadakan *talkshow* seminar dengan dihadiri oleh beberapa narasumber ternama yang merupakan pemangku kepentingan pada bidang pariwisata, dengan mengangkat isu tantangan dalam dunia pariwisata internasional berjudul “*Indonesia-Embracing Technology, Preserving Heritage*”.
3. Pameran destinasi, pameran beragam destinasi Indonesia yang memberikan peserta gambaran pariwisata berkualitas pada setiap daerah.



4. Sesi B2B, sesi pertemuan dan kolaborasi bisnis ke bisnis antar pemangku kepentingan pariwisata seperti agen perjalanan, maskapai penerbangan, hotel, dan lain sebagainya.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi kreatif juga turut menyuarakan BBTF sebagai salah satu bentuk upaya dalam memenuhi capaian target wisman. Mewujudkan pariwisata yang berkualitas yang memberikan dampak pada UMKM dan para pelaku ekonomi kreatif Lokal (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, 2024).

Bali Beyond and Travel Fair Sebagai Promosi Media Luar Ruang

Selain dilaksanakannya *event-event* internasional pengembangan konten dan sarana promosi juga menjadi fokus dalam mendukung pemasaran pariwisata dan ekonomi kreatif di luar negeri yang meliputi: pembuatan video yang bertujuan untuk mendukung event-event besar dan kampanye produk pariwisata, publikasi media cetak dan luar ruang yang mendukung kegiatan publikasi pariwisata Indonesia serta kegiatan ATF (*Asean Tourism Forum*) 2023. Kegiatan yang berkaitan dengan penelitian ini antara lain kegiatan publikasi pariwisata Indonesia sekaligus pendudukan kegiatan *Bali Beyond and Travel Fair* (BBTF) dalam bentuk media luar ruang dan kerjasama dengan majalah perjalanan internasional. BBTF menghubungkan operator tur di seluruh dunia sebagai pembeli yang kemudian dihubungkan dengan para pemasok pariwisata sebagai penjual dengan perkiraan pengunjung yang hadir sebanyak 189 *sellers*, 350 *buyers* dari 44 negara dan berlangsung pada bulan juni 2023 di Nusa Dua, Bali. Sedangkan media publikasi luar ruang dilakukan pada digital screen gedung graha media Jakarta yang menyajikan video kampanye *Bali Beyond and Travel Fair*. Kerjasama juga dilakukan dengan majalah perjalanan internasional terpopuler di Australia yang memuat informasi terkait destinasi di seluruh dunia. Kerjama ini melibatkan *Internasional Traveller* dengan tema *Bali Beyond Travel* yang diterbitkan pada edisi 100 *wonders of The World* September-Desember 2023 (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, 2023).

Secara lebih detail, pemerintah dan sektor bisnis memiliki peran masing-masing dalam upaya peningkatan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara. Peran pemerintah meliputi; penyusunan kebijakan dan regulasi dalam *Bali Beyond and Travel Fair*, seperti kebijakan Visa serta insentif bagi operator tur dan agen perjalanan internasional yang berpartisipasi; membangun kemitraan antara sektor publik dan swasta yakni memfasilitasi pertemuan antara agen perjalanan internasional dan operator tur Indonesia dalam penyelenggaraan BBTF;



sebagai pendukung penyediaan fasilitas dan infrastruktur yang mendukung penyelenggaraan pariwisata seperti bandara, pelabuhan, dan jaringan jalan; serta, memfasilitasi kunjungan duta besar dan stakeholder internasional untuk memperluas jaringan pemasaran (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, 2023). Peran sektor bisnis dalam upaya peningkatan kunjungan wisatawan mancanegara meliputi, penyediaan terhadap paket wisata dan produk wisata melalui penggabungan beberapa destinasi dalam satu paket wisata sehingga memberikan lebih banyak peluang minat wisatawan mancanegara untuk melakukan kunjungan ke beberapa destinasi tersebut, mendukung kebijakan pemerintah dengan menciptakan paket wisata dengan protokol yang ada, dan yang terakhir adalah pengembangan produk berdasarkan tren wisata melalui interaksi dengan wisatawan atau agen perjalanan yang hadir dalam ajang BBTF para pelaku bisnis dapat melihat peluang wisata yang sedang diminati sehingga dapat memenuhi permintaan pasar global (Bali.com, 2024). Pemerintah harus telah berupaya melakukan promosi yang lebih gencar terhadap produk wisata bersama dengan para pelaku Industri dan menyesuaikan keberagaman daya tarik terhadap setiap destinasi. Para pelaku industri pariwisata juga mengoptimalkan kinerjanya seperti pembuatan paket wisata terpercaya sehingga kolaborasi di antara keduanya menciptakan kepercayaan dalam *Marketplace* bahwa Indonesia layak dikatakan sebagai sebuah destinasi pariwisata dunia yang wajib dikunjungi (Bali.com, 2024).

Dampak Pelaksanaan Bali Beyond and Travel Fair terhadap Kenaikan Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara dan Produk Wisata Halal.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif melalui BBTF mengadakan famtrip dengan mengundang pelaku wisata dari Arab Saudi. Hal ini dikarenakan pada tahun sebelumnya dan pada program yang sama yakni BBTF berhasil meningkatkan kunjungan beberapa negara khususnya Arab Saudi yang mengalami peningkatan sekitar 30%. Ini berarti promosi terhadap wisata halal harus semakin meningkat (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, 2024). Diketahui bahwa pada periode sebelumnya Indonesia dan Malaysia termasuk negara dengan destinasi terbaik bagi pariwisata ramah muslim dan pariwisata halal yang menyediakan berbagai fasilitas bagi wisatawan muslim dengan pelayanan yang memadai. Trend pariwisata semakin berkembang begitu juga dengan pasar wisata halal dan ramah muslim yang mulai memasuki fase pasar global sehingga peningkatan layanan halal tourism dan muslim friendly wajib dilakukan untuk menjadikan Indonesia sebagai pemimpin Destinasi wisata halal dunia (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, 2022).



Gambar 2. Grafik Target Tahun 2020-2024 dan Rrealisasi Tahun 2020-2023 Jumlah Wisatawan Mancanegara (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, 2023)

Berdasarkan grafik dalam laporan yang diterbitkan oleh kementerian pariwisata dan ekonomi kreatif, kunjungan wisatawan mancanegara mengalami kenaikan sejak tahun 2022 dan terus meningkat hingga tahun 2023 dengan melebihi target capaian jumlah kunjungan wisman. selain di inisiasi oleh kebijakan pemerintah yakni pencabutan status covid 19 di Indonesia hal ini juga karena berbagai upaya yang dilakukan oleh pemerintah yakni kementerian pariwisata dan ekonomi kreatif dengan menyelenggarakan berbagai *event* internasional dan berbagai kegiatan yang menunjang peningkatan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia. Kegiatan tersebut terdiri dari keikutsertaan pada pameran wisata luar negeri dilakukan sebagai upaya dalam peningkatan promosi produk wisata ke negara-negara potensi wisman, kemudian penyelenggaraan *event-event* pariwisata sebagai upaya dalam menarik wisatawan tetapi *event* tersebut difokuskan di dalam negeri sebagai tanda pulihnya pariwisata Indonesia pada tahun 2023, yang terakhir adalah pengembangan konten dan sarana promosi. Dalam upaya pengembangan konten dan sarana promosi pemerintah melakukan dukungan terhadap kegiatan publikasi yang menunjang promosi produk pariwisata melalui media luar atau berbagai media periklanan yang menjangkau berbagai audience untuk meningkatkan brand awareness “*Wonderful Indonesia*” yakni dengan mendukung publikasi *event-event* internasional salah satunya *event* pameran perjalanan internasional *Bali Beyond and Travel Fair* dengan perkiraan kunjungan pada tahun 2023 sebanyak 189 sellers, 350 buyers dari 44 negara (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, 2023).



Pelaksanaan BBTF tahun 2021, dilaksanakan secara hybrid dengan tema *Exploring Sustainable and Wellness Tourism*. Kegiatan ini dihadiri oleh 45 *sellers* dari 14 provinsi, *buyers* nasional sebanyak 116 dari 15 provinsi, serta *buyers* internasional sebanyak 67 *buyers* dari 20 negara, di *Bali Convention Center* (BICC) dengan target transaksi sebesar Rp3,7 triliun. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa kegiatan ini berjalan cukup baik setelah dihentikan sementara pada tahun 2020 akibat pandemi Covid-19 (Deputi Bidang Pengembangan Produk Wisata dan Penyelenggara Kegiatan (Event), 2021). Pada tahun 2022, BBTF dilaksanakan dengan tema *Balancing in Harmony* dan dihadiri oleh 183 *sellers* dari 30 kabupaten/13 provinsi dan 270 *buyers* dari 30 negara, dengan target transaksi sebesar Rp5,7 triliun target transaksi tersebut meningkat sebanyak 22 persen dari realisasi transaksi BBTF pada tahun 2021 (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, 2022). Selanjutnya, penyelenggaraan BBTF pada tahun 2023, yang bertemakan *Reconnecting to Quality and Sustainable Tourism* dihadiri lebih dari 350 *buyers* dari 51 negara dan 230 *sellers* dari 5 negara yakni Indonesia, China, Malaysia, Amerika, dan Italia dengan target transaksi sebesar Rp8,5 triliun dan dorongan capaian target wisatawan mancanegara sebanyak 8,5 juta (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, 2023). Pada tahun 2024, tema yang diusung adalah *Exploring & Experiencing Sense of Indonesia's Beauty*, dihadiri oleh 282 perusahaan sebagai *sellers* dari 8 negara yakni Indonesia, Nepal, Timor Leste, China, Amerika Serikat, Malaysia, Afrika Selatan, dan Iran serta 460 *buyers* dari 45 negara dengan jumlah *buyers* terbesar berasal dari Malaysia, Thailand, Singapura, Rusia, India, dan Arab Saudi dengan potensi transaksi sebesar Rp7,61 triliun (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, 2024).

Jumlah partisipan yang mengikuti ajang *Bali Beyond and Travel Fair* (BBTF) dari tahun 2021 hingga 2024 secara signifikan terus mengalami peningkatan, begitu pula dengan target transaksi yang terus ditingkatkan dari realisasi target transaksi pada tahun-tahun sebelumnya. Hal ini berarti, capaian terhadap pemulihan dan kunjungan wisatawan mancanegara juga meningkat. Pada tahun 2023 jumlah transaksi dalam BBTF mencapai Rp.6,7 triliun. Meskipun belum memenuhi target pada tahun 2023 namun angka tersebut tergolong cukup baik dibandingkan tahun 2021 yakni sebanyak Rp.4,08 triliun (I Wayan Sui Suadnyana, 2024). BBTF 2023 telah mencapai total jumlah kunjungan wisatawan mancanegara sebanyak 11,7 juta wisman yang berarti melampaui target kunjungan wisman yang diperkirakan mencapai 8,5 juta. Jumlah kunjungan wisatawan mancanegara pada tahun 2024 juga turut meningkat bahkan melampaui target yakni dengan jumlah kunjungan sebanyak 14,3 juta



wisman dari perkiraan sebelumnya yakni 14 juta wisman di tahun 2024 (I Wayan Sui Suadnyana, 2024).

Kesuksesan BBTF 2024 menjadi tolak ukur bagi pelaksanaan BBTF 2025 untuk lebih optimal dalam mengupayakan peningkatan jumlah kunjungan wisman dan transaksi. Peningkatan terhadap potensi transaksi sebesar 12 persen dari tahun 2023 hingga 2024 yakni dengan total transaksi mencapai Rp.7,61 triliun atau USD 469.950.075 dibandingkan total transaksi tahun sebelumnya sebanyak Rp.6,77 triliun. Ini membuktikan adanya tingkat kepercayaan industri pariwisata terhadap BBTF sebagai wadah dalam kerja sama bisnis yang efektif juga terus mengalami peningkatan seiring dengan peningkatan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara dan transaksi seller dan buyer dari berbagai negara dan industri pariwisata lokal (Travel, 2024). Jumlah kunjungan wisman yang telah penulis jabarkan menunjukkan bahwa hasil dari penelitian ini terkait upaya komersial Indonesia dalam peningkatan kunjungan wisatawan mancanegara melalui *Bali Beyond and Trvael Fair* memberikan hasil atau dampak positif dengan peningkatan kunjungan sepanjang tahun 2021 hingga 2024. Hal ini juga membuktikan bahwa ajang *Bali Beyond and Travel Fair* (BBTF) dapat dikatakan sebagai MICE terbesar di Asia dengan rata-rata jumlah penjual dan pembeli lebih dari 100 dan dari berbagai negara (Antara, 2024).

KESIMPULAN

Dapat disimpulkan pada penelitian ini didapatkan hasil mengenai efektivitas, implementasi promosi produk wisata dalam bentuk paket wisata melalui *Bali Beyond and Travel Fair*. BBTF dinilai mampu memberikan dampak secara langsung terhadap peningkatan jumlah Kunjungan wisatawan mancanegara yang masuk ke Indonesia. Berbagai strategi dalam diplomasi komersial diterapkan pada pelaksanaan *Bali Beyond and Travel Fair* pada periode 2021-2024. Menunjukkan peningkatan hasil signifikan dilihat dari jumlah *seller* dan *buyers* yang hadir sebagai partisipan, angka peningkatan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara setiap tahun, kemudian juga dilihat dari peningkatan total jumlah transaksi selama pelaksanaan BBTF (*Bali Beyond and Travel Fair*). Selain fokus pada promosi destinasi alam, destinasi wisata di Bali dan Luar Bali gencar promosi pariwisata dalam upaya meningkatkan kunjungan wisatawan mancanegara Indonesia juga gencar melakukan strategi promosi paket wisata halal karena Indonesia telah memasuki fase wisata halal pada pasar global yang wajib memberikan fasilitas terhadap perkembangan wisata Halal di Indonesia.



DAFTAR PUSTAKA

- Afif Manthofi, S. A. (2024). Pengaruh Sektor Pariwisata Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Provinsi Nusa Tenggara Timur. *Costing: Journal of Economic, Business and Accounting*, 1-2.
- Antara. (2024, Juni 14). *Menparekraf nilai capaian BBTF 2024 tanda pemulihan pariwisata*. Retrieved from antaranews.com: <https://www.antaranews.com/berita/4152951/menparekraf-nilai-capaian-bbtf-2024-tanda-pemulihan-pariwisata>
- Anzela, A. I., & Rachmawati, I. (2023). Diplomasi Komersial 5 Destinasi Super Prioritas: Promosi dan Kerja Sama. *Jurnal Pena Wimaya*, 3(2).
- Badan Pusat Statistik. (2021, Juni 2). *Perkembangan Pariwisata dan Transportasi Nasional April 2021*. Retrieved from web-api.bps.go.id/: <https://web-api.bps.go.id/download.php?f=Vdyut6SUMpi8UkwkK/+IUDFaK3RqemdOcGg0bUVqTmVMQk1ZRIVEWWFUaEMzMDJVMIZzY0NNTEFINjBveWVsa2orWVNVR2h4MWZ4S3dPdTZ0Nm9JbFFxVXNBtXIyWkJzcWpPZ1ZYzmVURyt0S0h1S0Q3ZnZWby91R1RWk42V2g1SllqbWfKWFBFaW50b3RBY0ZJa3paejVHQIVXNjVZR2>
- Bali.Com. (2024). *Bali & Beyond Travel Fair 2024 “Exploring & Experiencing Sense of Indonesia’s Beauty”*. Retrieved from bali.com: <https://bali.com/id/bbtf-id/bali-beyond-travel-fair-2024-exploring-experiencing-sense-of-indonesias-beauty/#:~:text=Sesi%20B2B:%20Acara%20ini%20akan,%2C%20kerajinan%20tangan%2C%20dan%20kuliner>.
- Bali.com. (2024). *Bali & Beyond Travel Fair 2024 “Exploring & Experiencing Sense of Indonesia’s Beauty”*. Retrieved from bali.com: <https://bali.com/id/bbtf-id/bali-beyond-travel-fair-2024-exploring-experiencing-sense-of-indonesias-beauty/>
- Darmayanti, N. L. P. S. P., & Arjaya, K. (2022, August). Pengaruh Bauran Pemasaran Bagi Peserta Sellers Terhadap Keputusan Berpartisipasi Dalam Kegiatan Bali dan Beyond Travel Fair 2019 di ASITA Bali. In *Journal of Event and Convention Management*, 1(1).
- Faizah, N. (2021). Diplomasi Komersial Indonesia di Era Digital Melalui Next Indonesia Unicorn (NEXTICORN). *SIYAR Journal*, 1(1), 84-102.
- Habib, M. A., & Mahyuddin. (2021). Evaluasi Pengelolaan Teknologi TPS 3R di Desa Wisata Religi Gunungpring Kabupaten Magelang. *Ar Rehla: Journal of Islamic Tourism, Halal Food, Islamic Traveling, and Creative Economy*, 1(1), 1-34. doi:10.21274
- Habib, M. A., Budita, A. K., Usrah, C. R., Fatkhullah, M., & Nisa, K. K. (2017). Exploitation Behind the Growth of Batik Home Industry in Lawean, Solo, Central Java. *International Journal of Social Science and Humanity*, VII(9), 618-623. doi:10.18178
- I Wayan Sui Suadnyana, N. M. (2024, Juni 13). *100 Buyer BBTF Bakal Dibidik Kunjungi Mandalika-Likupang 2025*. Retrieved from detik.com: <https://www.detik.com/bali/bisnis/d-7389992/100-buyer-bbtf-bakal-dibidik-kunjungi-mandalika-likupang-pada-2025>
- Islam, P. I., & Savitri, F. M. (2023). Pengaruh Attraction, Accessibility, Amenity, Ancillary Terhadap Minat Kunjung Ulang Peziarah Di Makam Syekh Abu Bakar Jepara. *Journal*



- of Islamic Tourism Halal Food Islamic Traveling and Creative Economy*, 3(1), 67-83.
- ITDC. (2022, Juni 16). *Bali and Beyond Travel Fair 2022 Resmi Dibuka*. Retrieved from itdc.co.id: <https://www.itdc.co.id/press-release/bali-and-beyond-travel-fair-2022-resmi-dibuka-20220705071911>
- K. (2024, Juni 15). *Siaran Pers: Dukung BBTF 2024, Kemenparekraf Undang Pelaku Wisata Sejumlah Negara Famtrip ke Bali*. Retrieved from kemenparekraf.go.id: <https://www.kemenparekraf.go.id/berita/siaran-pers-dukung-bbtf-2024-kemenparekraf-undang-pelaku-wisata-sejumlah-negara-famtrip-ke-bali>
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2023). *Laporan Kinerja Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi kreatif 2023*. Jakarta: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2021, Agustus 18). *Tren Pariwisata Indonesia di Tengah Pandemi*. Retrieved from kemenparekraf.go.id: <https://kemenparekraf.go.id/ragam-pariwisata/Tren-Pariwisata-Indonesia-di-Tengah-Pandemi>
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2023, Juni 18). *Siaran Pers: Menparekraf Ingin BBTF Jadi Event MICE Terbesar di Kawasan Asia*. Retrieved from kemenparekraf.go.id: <https://www.kemenparekraf.go.id/berita/siaran-pers-menparekraf-ingin-bbtf-jadi-event-mice-terbesar-di-kawasan-asia>
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2024, Juni 15). *Siaran Pers: Menparekraf: BBTF Perkuat Upaya Capaian Target Wisman 2024*. Retrieved from kemenparekraf.go.id: <https://www.kemenparekraf.go.id/berita/siaran-pers-menparekraf-bbtf-perkuat-upaya-capaian-target-wisman-2024>
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2022, Maret 1). *Persiapan Pengembangan Halal Tourism dan Muslim-Friendly di Indonesia*. Retrieved from kemenparekraf.go.id: <https://www.kemenparekraf.go.id/ragam-pariwisata/persiapan-pengembangan-halal-tourism-dan-muslim-friendly-di-indonesia>
- Khairally, E. T. (2023, Agustus 30). *Pengertian Diplomasi, Tujuan, dan Contohnya di Era Usai Proklamasi Kemerdekaan*. Retrieved from detik.com: <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-6903182/pengertian-diplomasi-tujuan-dan-contohnya-di-era-usai-proklamasi-kemerdekaan>
- Kostecki, M., & Naray, O. (2007). *Commercial Diplomacy and International Business*. Netherland: Netherlands Institute of International Relations' Clingendael'.
- Martono, N. (2014). *Sosiologi Pendidikan Michel Foucault: Pengetahuan, Kekuasaan, Disiplin, Hukuman, dan Seksualitas*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Monica, Z. A., & Habib, M. A. F. (2024). Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan pada PHD Nusantara. *Journal of Management and Creative Business*, 2(2), 39-60.
- Notoatmodjo, S. (2010). *Metodologi penelitian kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Nova Irma Suryani Samosir, N. M. (2024). Strategi Promosi Penjualan Entrance Ticket Dalam Kondisi Low Season Di Pura Luhur Uluwatu. *Jurnal IPTA (Industri Perjalanan Wisata)*, 12(1).
- Pawlikowska, T., Zhang, W., Griffiths, F., Dalen, J. v., & Vleuten, C. v. (2012). Verbal and



non-verbal behavior of doctors and patients in primary care consultations – How this relates to patient enablement. *Patient Education and Counseling*, LXXXVI(1), 70-76. doi:10.1016

Travel. (2024, Juni 18). *BBTF 2024 Dorong Pertumbuhan Pariwisata Indonesia*. Retrieved from travel.kompas.id: <https://travel.kompas.id/baca/bbtf-2024-dorong-pertumbuhan-pariwisata-indonesia/#:~:text=I%20Putu%20Winastra%20menyampaikan%20harapannya,internasional%2C%20serta%20mempromosikan%20pariwisata%20berkelanjutan.&text=Dalam%20rangka%20persiapan%20BBTF%202025,b>

Yanwardhana, E. (2022, February 2). *Kunjungan 2021 Anjlok Parah, Wisman Masih Ogah ke Indonesia?* Retrieved from cncindonesia.com: https://www.cncindonesia.com/news/20220202144404-4-312340/kunjungan-2021-anjlok-parah-wisman-masih-ogah-ke-indonesia?utm_source=chatgpt.com