

UPAYA DIPLOMASI INDONESIA TERHADAP RUSIA DALAM RANGKA PEMULIHAN PARIWISATA BALI PASCA PANDEMI COVID-19

Alexandra Catherine Gunawan^{a,1}, Putu Ratih Kumala Dewi^{a,2}

¹ catherinegunawan@student.unud.ac.id, ² ratihkumaladewi@unud.ac.id

^a Program Studi Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Udayana, Jl. P.B. Sudirman, Dangin Puri Klod Denpasar Barat, Denpasar, Bali 80232 Indonesia

Abstract

The island of Bali is one of the favorite tourist destinations for international foreigners where the Bali tourism sector is a major contribution to the Indonesian economy. Foreign tourists visiting Bali are quite diverse, but tourists from Russia are always included in the 10th largest ranking of visits to Bali, which is influenced by the good bilateral relations that exist between the two countries. When the Covid-19 pandemic occurred, Bali tourism slumped due to the absence of foreign tourists visiting. Thus, this research was conducted to analyze the efforts made by the Indonesian government to restore Bali tourism by increasing Russian tourist visits to Bali again. This research was conducted using descriptive qualitative research methods using secondary data in the form of literature and statistical data obtained from government agencies using the concepts of commercial diplomacy and bilateral tourism. The results of this study indicate that Indonesia is carrying out commercial diplomacy in the form of tourism promotion involving the private sector, namely the holding of the It's Time for Bali expo in Moscow in March 2022 and the issuance of a Visa on Arrival policy for visits by Russian citizens to Indonesia in April 2022. These efforts have succeeded in drastically increasing visits by Russian tourists to Bali as shown by statistical data from the Bali Provincial Tourism Office.

Keyword: Bali tourism, bilateral tourism, commercial diplomacy, covid-19 pandemic

I. PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor terpenting yang berkontribusi dalam peningkatan perekonomian Indonesia dan pembentukan citra yang baik dalam komunitas internasional. Hal ini dapat dilihat pada peningkatan devisa yang diperoleh dari sektor pariwisata Indonesia yaitu Rp 175,71 triliun menjadi Rp 229,50 triliun dari tahun 2015 sampai 2018 (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif [Kemenparekraf], 2019). Para wisatawan melihat Indonesia sebagai destinasi yang menguntungkan untuk dikunjungi karena keberagaman alam dan budaya Indonesia yang unik dimulai dari Candi Borobudur di Magelang, Jawa Tengah, yang menjadi peninggalan sejarah Buddha terbesar di dunia dan memiliki relief Buddha yang terlengkap. Selain itu, wisata alam seperti Pulau Komodo juga dikenal oleh komunitas internasional dan ditetapkan sebagai situs warisan dunia oleh UNESCO di tahun 1986 dan juga sebagai salah satu dari *New Seven Wonders of Nature* oleh Yayasan *New Seven Wonders* pada tahun 2012.

Di antara tempat wisata favorit di Indonesia tersebut, salah satu pulau yang terkenal di kalangan orang asing adalah Pulau Bali atau juga dikenal sebagai Pulau Dewata dan *The Island of Gods*. Menurut Dr. Evi Novianti, M.Si., Ketua Program Magister Pariwisata Berkelanjutan Sekolah Pascasarjana Universitas Padjajaran, Bali memang lebih dikenal oleh komunitas internasional dibandingkan oleh Indonesia secara keseluruhan (KOMPAS, 2021). Hal ini disebabkan karena Bali memiliki ciri khas keagamaan dan budaya yang unik seperti Hari Raya Nyepi dan

tradisi "Melukat". Kemudian, Bali juga mempunyai destinasi wisata yang beragam seperti Pura Tanah Lot, Gunung Batur, *Monkey Forest* di Ubud, dan pemandangan Terasering di Tegagalalang yang cocok bagi wisatawan yang ingin bersantai dan memperdalam spiritualitasnya sampai ke Pantai Kuta dan permainan olahraga air di Tanjung Benoa bagi yang ingin merasakan sensasi yang lebih ramai dan seru.

Namun, adanya pandemi Covid-19 membuat perekonomian Indonesia mengalami resesi atau penurunan ekonomi sebanyak 5,32% di tahun 2020 (Badan Pusat Statistik [BPS], 2020). Hal ini juga tentunya berdampak kepada masyarakat Indonesia baik karena banyaknya pekerja atau buruh yang terkena PHK ataupun ditutupnya batas internasional Indonesia dimana turis ataupun investor asing tidak dapat masuk ke Indonesia sejak 2020-2021. Maka dari itu, masyarakat di Bali yang bergantung kepada sektor pariwisata Bali sulit untuk mendapatkan penghasilan akibat tidak adanya wisatawan asing baru yang masuk ke Bali dan hanya mengandalkan wisatawan yang telah lama tinggal di Bali atau memiliki KITAS (Kartu Izin Tinggal Sementara) ataupun masyarakat lokal Indonesia. Selain itu, pada masa pandemi *Covid-19*, terdapat regulasi terkait dengan pencegahan penyebaran virus *covid-19* di Indonesia seperti Peraturan Pemerintah Nomor 21 Tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar dalam Rangka Percepatan Penanganan *Covid-19* (Sekretariat Kabinet Republik Indonesia, 2020). Regulasi tersebut membuat tempat wisata di Bali seperti Pura, hotel, dan *mall* juga ditutup yang menyebabkan banyak pekerja dirumahkan dan

tidak mempunyai penghasilan. Pada tahun 2021, aktivitas masyarakat Indonesia juga masih dibatasi dengan adanya Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) yang ditetapkan pada Januari 2021. PPKM disesuaikan dengan kondisi masyarakat mulai dari PPKM Jilid Pertama (11 Januari-25 Januari 2021), PPKM Jilid Kedua (26 Januari-9 Februari 2021), dan PPKM berbasis Mikro atau pengendalian masyarakat dari level terendah seperti desa dan keluarahan, dan PPKM Darurat seperti diberlakukannya kegiatan belajar dengan daring dan bekerja dari rumah (*work from home*) (Kementerian Keuangan RI, 2021).

Selain itu, PPKM juga dibedakan berdasarkan jumlah kasus positif *covid-19* dan jumlah masyarakat yang menerima vaksinasi pada suatu daerah yang terbagi dari PPKM level 1 sampai level 4. Pada tahun 2022, pandemi *Covid-19* berangsur-angsur mereda di Indonesia dan memasuki era *new normal*, ditandai dengan diberlakukannya PPKM level 1. Hal ini dimulai dengan kegiatan sekolah secara tatap muka berlangsung kembali sejak Januari 2022 secara resmi. Hal tersebut diputuskan oleh Surat Keputusan Bersama 4 Menteri tentang Panduan Penyelenggaraan Pembelajaran di Masa Pandemi *Covid-19* dengan menggunakan masker. Selain itu, kegiatan masyarakat juga diperbolehkan untuk dilaksanakan asalkan tetap menjaga protokol kesehatan seperti menjaga jarak dan mengukur suhu tubuh serta tempat-tempat wisata mulai dibuka kembali.

Dalam bidang pariwisata di tingkat internasional, pemerintah Indonesia juga tidak lagi mewajibkan wisatawan asing yang masuk ke Indonesia untuk melakukan proses karantina di Indonesia sejak Februari 2022. Namun, para wisatawan asing tetap harus menunjukkan bukti vaksin *Covid-19* dan melakukan tes PCR saat tiba di bandara Indonesia demi mencegah penyebaran virus *Covid-19* terjadi kembali. Dengan adanya perkembangan tersebut, Indonesia berupaya untuk meningkatkan kembali wisatawan asing yang masuk ke Indonesia demi memulihkan pariwisata yang telah terpuruk akibat pandemi seperti Pulau Bali yang sangat bergantung kepada bidang pariwisata. Salah satu wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Bali adalah wisatawan asal Rusia dimana negara tersebut selalu masuk ke peringkat-10 terbesar kunjungan ke Bali. Pada tahun 2016, kunjungan wisatawan Rusia ke Bali berjumlah 111.610 ribu. Kemudian, pada tahun 2017, kunjungan wisatawan Rusia ke Bali meningkat menjadi peringkat ke-4 terbesar pada kawasan Eropa sebanyak 143.211 ribu wisatawan (BPS Provinsi Bali, 2023). Maka, hal ini menjadikan Rusia sebagai pasar yang potensial untuk memulihkan pariwisata Bali. Pernyataan

tersebut juga didukung oleh Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Sandiaga Uno, bahwa Indonesia akan memanfaatkan kesempatan atas invasi Rusia terhadap Ukraina di tahun 2022 untuk meningkatkan kunjungan wisatawan Rusia ke Bali karena warga negara Rusia yang telah mengenal Bali akibat baiknya hubungan Kerjasama yang selama ini dijalankan (Khoiri, 2022).

Indonesia dan Rusia telah menjalani hubungan diplomatik selama 73 tahun yang dimulai sejak tahun 1950 sampai di masa kini. Hubungan ini dimulai sejak masa Orde Lama dimana Rusia mengakui kemerdekaan Indonesia dan mendukung Indonesia dalam menghentikan agresi militer Belanda ke Indonesia. Selain itu, kedua kepala negara juga saling berkunjung seperti kunjungan Presiden Soekarno ke Uni Soviet dan kunjungan Nikita Khrushchev ke Indonesia. Dari adanya kunjungan-kunjungan tersebut Indonesia dan Rusia menjalani kerjasama di berbagai bidang dari politik, militer, bahkan sampai ke bantuan pembangunan di Indonesia seperti stadion Gelora Bung Karno. Kemudian, pada masa Orde Baru, Presiden Soeharto melakukan kunjungan ke Uni Soviet dan menandatangani Dasar-Dasar Hubungan Persahabatan dan Kerjasama antara kedua belah pihak tersebut untuk meningkatkan kerjasama pada bidang-bidang lainnya.

Hubungan kedua negara tersebut masih berkembang bahkan sampai pembubaran Uni Soviet dan mengalami peningkatan di abad ke-21, dimana hubungan tersebut tidak hanya meliputi antara kedua negara saja tetapi juga sampai ke perusahaan dan organisasi masyarakat. Hal ini direalisasikan dengan kerjasama antara berbagai pihak yang meliputi dilaksanakannya forum dan diskusi. Dalam bidang pariwisata, Indonesia mulai melakukan forum dan festival budaya Indonesia ke Rusia sejak tahun 2010. Hubungan diplomatik yang dijalani Indonesia dan Rusia khususnya pada perkembangan forum dan pameran budaya semakin membuat warga negara Rusia tertarik untuk pergi ke Bali seperti karena adanya kerjasama pariwisata yang baik di antara kedua pihak dengan membagi informasi dan pemberian *visa free travel* (Bebas Visa Kunjungan Khusus Wisata) bagi warga negara Rusia yang hendak pergi ke Indonesia dimana wisatawan tidak perlu membayar biaya visa yang berlaku selama 30 hari serta direalisasikannya rencana untuk membuka penerbangan langsung dari Rusia ke Denpasar di tahun 2018 membuat warga negara Rusia semakin mudah mengunjungi Indonesia (Kementerian Luar Negeri, 2018).

Hubungan Indonesia dengan Rusia yang telah berjalan dengan baik dan menjalin kerjasama di berbagai bidang termasuk pariwisata, membuat warga negara Rusia mengenal Bali. Menurut Duta

Besar Republik Indonesia untuk Rusia, M Wahid Supriyadi, warga negara Rusia lebih mengenal Bali dibandingkan dengan Indonesia dengan wisata pantai sebagai tujuan wisata utama mereka dan cuaca yang panas dibandingkan Rusia. Selain itu, wisatawan Rusia selalu masuk ke peringkat ke-10 terbesar dalam kunjungannya ke Bali. Maka dari itu, pemerintah Indonesia melirik kembali ke negara Rusia sebagai wisatawan yang berpotensi bagi peningkatan pariwisata Indonesia dengan menggunakan Bali sebagai objek utama.

Adapun penelitian terdahulu mengenai upaya diplomasi Indonesia terhadap Rusia dilakukan melalui beberapa cara. Ismail, A., Mulyaman, D., & Sarudin, R. (2022) dalam tulisannya membahas mengenai pelaksanaan pameran Indonesia sebagai wujud dari diplomasi ekonomi Indonesia terhadap Rusia. Jurnal ini membahas mengenai festival Indonesia di Moskow pada tahun 2016 yang diadakan oleh Kemenparekraf sebagai bentuk dari implementasi diplomasi publik dan ekonomi Indonesia. Pelaksanaan diplomasi tersebut berhasil meningkatkan wisatawan Rusia ke Indonesia dan membentuk citra positif Indonesia. Namun, jurnal ini hanya membahas mengenai dampak positif dari diplomasi yang dilakukan Indonesia tanpa menjelaskan peran aktor yang terlibat di dalamnya. Dengan demikian, diperlukan jurnal lain untuk membahas keterlibatan aktor negara dan non negara seperti sektor privat yang berpengaruh terhadap kesuksesan upaya diplomasi tersebut.

Minardi, A., Taufik, Rini, A., & Neneng, H (2020) menggunakan teori diplomasi pariwisata yang juga menggunakan pameran sebagai wujud diplomasi tersebut untuk meningkatkan wisatawan India ke Indonesia. Jurnal ini juga menyimpulkan bahwa wisatawan India tertarik mengunjungi Indonesia karena adanya persamaan budaya. Namun, jurnal ini hanya menekankan kepada persamaan budaya Indonesia terutama budaya Bali dengan budaya India yang menjadi faktor peningkatan arus pariwisata bilateral kedua negara tersebut dan tidak membahas mengenai faktor lain yang dapat meningkatkan kunjungan wisatawan India ke Indonesia. Maka, peneliti akan membahas mengenai faktor lain yang dapat merealisasikan upaya diplomasi Indonesia terhadap suatu negara seperti faktor tanggung jawab pemerintah dan sektor privat dalam peranannya pada promosi pariwisata.

Selain itu, peningkatan arus pariwisata juga dapat dipengaruhi oleh faktor ekonomi dan politik eksternal yang tidak dibahas di dalam jurnal tersebut. Idriasih (2016) juga membahas jurnal yang memiliki tujuan meningkatkan pariwisata Indonesia dengan upaya diplomasi. Namun, jurnal ini menggunakan teori diplomasi *multi-track* yang menekankan kepada peran aktor non negara.

Dalam penelitian ini, penulis juga akan membahas mengenai peran aktor-aktor dalam diplomasi komersial Indonesia terhadap Rusia dengan menggunakan konsep diplomasi *first track* dan *second track*. Dengan demikian, penelitian ini akan menjawab pertanyaan mengenai bagaimana upaya pemerintah Indonesia dalam meningkatkan kunjungan wisatawan Rusia ke Bali pasca pandemi *Covid-19* secara mendalam.

II. METODE PENELITIAN

Kerangka pemikiran dari penelitian ini menggunakan teori diplomasi komersial dan *bilateral tourism* untuk menganalisis fenomena lebih dalam dan sistematis. Diplomasi merupakan suatu ilmu seni dan praktek dalam menjaga perdamaian di antara suatu hubungan baik antara negara, komunitas, ataupun individu (Setiawan, 2016). Dalam hubungan internasional, diplomasi sering berkaitan dengan diplomat yaitu seorang perwakilan negara yang menjadi perantara bagi negara untuk mempertahankan hubungannya dengan cara-cara yang damai dan tanpa kekerasan. Maka dari itu, dengan adanya diplomasi, suatu negara dapat memperbaiki citra baik negara dan membentuk kerjasama dengan negara lain demi mencapai kepentingan nasionalnya. Praktek diplomasi dapat dilakukan secara individual seperti interaksi kepala negara secara langsung ataupun secara bilateral dimana dua negara menjalin interaksi baik secara publik maupun tertutup, serta dilakukannya forum dan diskusi untuk mencapai kesepakatan bersama antara berbagai negara atau secara multilateral yang biasanya dilingkupi oleh organisasi internasional.

Berdasarkan aktor yang terlibat di dalam diplomasi, diplomasi dapat terbagi menjadi dua yaitu diplomasi *first track* dan *second track*. Menurut Berridge (2015), negara merupakan aktor utama yang berperan dalam menjalankan diplomasi ke negara lain dalam diplomasi *first track* atau dengan kata lain, diplomasi *first track* hanya meliputi hubungan dari negara ke negara lain dan tidak mencakup aktor lain. Diplomasi jenis ini sering dipakai pada abad ke-20 dimana komunitas internasional masih bersifat *high politics* dimana keamanan menjadi salah satu kepentingan nasional yang utama. Sementara itu, diplomasi *second track* melibatkan aktor non negara yang dilakukan antara negara dan masyarakat atau masyarakat ke masyarakat. Aktor non negara merupakan sektor privat seperti perusahaan, organisasi non-pemerintah, komunitas, maupun individu. Maka, diplomasi *second-track* bersifat lebih terbuka dan tidak kaku dimana diplomasi ini dapat menjadi cara untuk mencapai kepentingan nasional non konflik. Dengan demikian, di dalam era globalisasi ini, diplomasi *second track* sering digunakan negara untuk mencapai kepentingan nasionalnya yang juga

dapat menguntungkan masyarakat negaranya. Salah satunya adalah diplomasi ekonomi.

Sesuai dengan prinsip ekonomi, diplomasi ekonomi digunakan oleh negara untuk mengambil keuntungan sebanyak-banyaknya dengan mengambil risiko atau mengeluarkan biaya sedikit-dikitnya. Menurut Heijmans (2018), untuk mencapai tujuan tersebut, diplomasi ekonomi terbagi menjadi tujuan bisnis (*business end*) dan tujuan kuasa (*power-play end*). Dalam tujuan *power-play* diplomasi ekonomi digunakan sebagai instrumen untuk mencapai kepentingan politik negara seperti menjatuhkan atau mengangkat sanksi ekonomi kepada suatu negara lain dimana kalkulasi *cost-benefit* dilakukan sesuai dengan logika politik. Sementara itu, dalam tujuan bisnis, kepentingan nasional negara dicapai dengan upaya kerjasama baik oleh pemerintah ataupun perusahaan dengan menggunakan upaya komersial seperti promosi perdagangan dan investasi. Maka dari itu, diplomasi ekonomi merupakan induk dari diplomasi komersial, diplomasi dagang, dan diplomasi finansial.

Diplomasi komersial masih meliputi dari tujuan bisnis diplomasi ekonomi yang menggunakan promosi sebagai upaya utama dalam mencapai keuntungan, dimana sarana yang digunakan meliputi promosi dagang, investasi, dan pariwisata (Heijmans, 2018). Sementara itu, diplomasi dagang dan finansial berada di antara tujuan bisnis dan *power-play* dimana logika politik dan ekonomi dibutuhkan untuk menggunakan diplomasi tersebut demi mencapai kepentingan nasionalnya seperti perjanjian internasional serta adanya kebijakan terkait mata uang dan aset negara. Dengan demikian, di dalam era globalisasi dimana jalur lintas batas negara tidak lagi jelas terlihat dan mudahnya negara untuk berinteraksi dengan satu sama lain ini, promosi pariwisata menjadi salah satu hal yang potensial untuk meningkatkan ekonomi negara menggunakan diplomasi *second track* dimana aktor non-negara seperti sektor privat dapat mewujudkan *business end* dari diplomasi komersial. Diplomasi komersial juga dapat dilakukan melalui promosi dagang antar perusahaan, perjanjian dagang seperti perjanjian perdagangan bebas (*Free Trade Agreement*) dan perjanjian perdagangan regional (*Regional Trade Agreement*), pembahasan isu perdagangan multilateral, dan promosi investasi *Foreign Direct Investment*, serta melakukan perdagangan ekspor dan impor (International Trade Centre, 2019). Selain itu, untuk mencapai keuntungan bisnis, promosi dalam diplomasi komersial dapat dilakukan dengan diadakannya *exhibition* atau pameran untuk menunjukkan hal-hal yang dapat menarik perhatian targetnya dan untuk memberikan layanan promosi perdagangan. Penelitian ini menggunakan konsep diplomasi

komersial dalam bentuk pameran untuk menjelaskan pelaksanaan expo *It's Time for Bali* yang diadakan Kemenparekraf Indonesia di Rusia demi memulihkan pariwisata Bali. Diplomasi *first track* dan *second track* juga digunakan untuk menjabarkan aktor yang terlibat di dalam pameran ini seperti peran aktor negara dan sektor privat seperti perusahaan.

Sementara itu, *Bilateral Tourism* merupakan konsep yang mengukur arus kunjungan baik *inbound* maupun *outbound* wisatawan di antara dua negara untuk membantu pembuat keputusan melakukan *policy-making* yang lebih efektif untuk bersaing dan meningkatkan kunjungan dalam sifat bilateral (Prideaux et al., 2016). Arus masuk dan keluarnya wisatawan di antara kedua negara tersebut tidak hanya oleh hal-hal yang bersifat *high politics* seperti keamanan dan nasionalisme tetapi juga *low politics* seperti budaya. Faktor tersebut dapat dikelompokkan menjadi beberapa kategori yaitu (1) tanggung jawab pemerintah, (2) sektor privat, (3) faktor yang tidak dapat diukur (*intangible*), (4) situasi ekonomi, dan (5) politik eksternal dan faktor kesehatan (Prideaux et al., 2016).

Faktor tanggung jawab pemerintah meliputi relasi diplomasi, kebijakan pemerintah terhadap aspek pariwisata, kebijakan transportasi, dan juga fasilitas pemerintah terhadap aspek pariwisata. Dalam aspek pariwisata, diplomasi antara dua negara diperlukan karena jika hubungan diplomatik suatu negara menurun, maka hal tersebut dapat mengurangi arus pariwisata dari negara lainnya. Maka, kebijakan terhadap aspek pariwisata yang dikeluarkan oleh pemerintah dapat menjadi salah satu sarana diplomasi seperti kebijakan mengenai hak dan kewajiban hukum lintas batas negara.

Sementara itu, faktor sektor privat dapat mempengaruhi arus *inbound* dan *outbound* di antara kedua negara yang ditentukan oleh kualitas dan kuantitas fasilitas yang ditawarkan sektor privat tersebut kepada para wisatawan. Sektor privat yang terlibat meliputi perusahaan bisnis perjalanan seperti agen pengurusan visa, layanan transportasi, sampai ke jasa penginapan seperti hotel. Kemudian, faktor yang tidak dapat diukur mencakup hal yang luas seperti sumber daya alam, gaya hidup yang dimiliki negara, dan budaya. Kualitas dari atraksi negara tersebut dapat mempengaruhi permintaan wisatawan ataupun mengurangi perhatian wisatawan tersebut yang bergantung kepada preferensi masing-masing. Kebudayaan dan sumber daya alam suatu negara dapat membentuk sebuah citra atau reputasi yang menentukan arus wisatawan dalam komunitas internasional.

Faktor ekonomi baik yang disebabkan secara internal maupun eksternal dapat mempengaruhi

arus *inbound* dan *outbound* negara. Jika nilai mata uang suatu negara menurun, maka negara lain akan tertarik untuk berkunjung akibat turunnya harga produk dan jasa negara tersebut sehingga arus *inbound* akan lebih tinggi dibandingkan arus *outbound* pada negara yang mengalami penurunan ekonomi. Sebaliknya, pada negara yang memiliki ekonomi yang lebih tinggi, arus *outbound* akan cenderung lebih tinggi yang juga disesuaikan dengan faktor-faktor yang telah disebutkan.

Terakhir, faktor politik eksternal dan kesehatan merupakan faktor yang sulit dikendalikan oleh negara atau faktor yang muncul secara tidak terduga sehingga berada di luar kendali pemerintah negara. Situasi politik eksternal seperti adanya perang dan terorisme akan menurunkan arus *inbound* dan *outbound* kedua negara jika terjadi konflik bilateral. Namun, arus *inbound* dapat meningkat dalam negara yang tidak terlibat di dalam situasi politik tersebut. Sama halnya dengan situasi kesehatan dimana penyebaran pandemi menjadi pengaruh bagi arus pariwisata bilateral.

Penelitian ini akan membahas keempat faktor arus pariwisata bilateral tersebut yang akan menjelaskan bagaimana faktor tersebut memengaruhi arus *outbound* Rusia ke Indonesia. Faktor tersebut ditemukan pada upaya diplomasi komersial Indonesia melalui expo *It's Time for Bali* yaitu penggunaan sektor privat dan promosi budaya Bali sebagai faktor yang tidak dapat diukur. Faktor tanggung jawab pemerintah dibahas untuk merujuk peran aktor negara dalam mengeluarkan kebijakan pariwisata. Kemudian, faktor ekonomi merujuk kepada perekonomian Indonesia yang rendah akibat adanya pandemic *covid-19* yang menjadi faktor kesehatan. Faktor politik eksternal merujuk kepada adanya invasi Rusia dan Ukraina yang meningkatkan arus *outbound* Rusia ke Indonesia.

Penelitian ini dilaksanakan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif didefiniskan sebagai suatu cara yang digunakan untuk memahami suatu fenomena baik dengan cara pengamatan atau observasi, melakukan studi pustaka, dan melaksanakan wawancara demi mendapatkan data yang dibutuhkan terkait dengan penelitian (Leavy, 2013). Penulis menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif untuk menggambarkan fenomena terkait "Upaya Diplomasi Indonesia terhadap Rusia dalam rangka Pemulihan Pariwisata Bali Pasca Pandemi Covid-19" dari data yang telah dikumpulkan dan dianalisis untuk menjawab rumusan masalah penelitian dan menarik kesimpulan.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. KERJASAMA INDONESIA DAN RUSIA DI BIDANG PARIWISATA

Indonesia dan Rusia telah melakukan hubungan diplomatik dan menjalin hubungan kerjasama di berbagai bidang mulai dari bidang ekonomi seperti pertukaran gandum dan produk teknologi ke Indonesia dan adanya ekspor produk seperti minyak sawit dan kopi ke Rusia. Bahkan, nilai ekspor Indonesia ke Rusia di tahun 2020 telah mencapai USD 0,97 miliar dan nilai impor dari Rusia mencapai USD 0,96 miliar (Kementerian Perdagangan Republik Indonesia [Kemendag], 2021). Namun, tidak hanya itu, Indonesia dan Rusia juga menjalani kerjasama di bidang pariwisata.

Sebelum pandemi *covid-19*, Indonesia menjalani beberapa kerjasama dengan Rusia di sektor pariwisata seperti adanya forum-forum antara Rusia dan Indonesia dalam pembahasan pariwisata. Salah satunya adalah "*Otdykh*" *Russian International Tourism Forum* pada tahun 2016 di Moscow yang diadakan oleh kementerian pariwisata Rusia dan Indonesia untuk meningkatkan kunjungan wisatawan Rusia ke Indonesia dan sebaliknya. Hal ini dilakukan dengan pemberian *visa free travel* (Bebas Visa Kunjungan Khusus Wisata) bagi kedua belah pihak dimana wisatawan Rusia dapat berkunjung ke Indonesia tanpa visa selama 30 hari. Namun, visa tersebut hanya dapat dilakukan satu kali dan tidak dapat diperpanjang. Selain itu, terdapat juga wacana untuk membuka penerbangan langsung dari Rusia ke Indonesia untuk memudahkan wisatawan Rusia untuk berkunjung. Penerbangan langsung tersebut dilaksanakan secara nyata dari tahun 2018 oleh Rossiya Airlines yang menghubungkan Terminal D Bandara Sheremetyevo di Moscow dengan Bandara Internasional Ngurah Rai Bali.

Kemudian, dengan banyaknya warga negara Rusia yang lebih mengenal Bali dibandingkan Indonesia, pemerintah Indonesia memutuskan untuk menggelar pameran yang bertemakan Bali. Upaya tersebut dapat dilihat dengan pameran lukisan Bali yang dibuat oleh seniman warga negara Rusia di Moscow pada April-Mei tahun 2010, pameran budaya Indonesia oleh Insititut Seni Indonesia Denpasar pada Agustus 2010, serta festival budaya yang diselenggarakan Kedutaan Besar Republik Indonesia untuk Rusia bersama dengan Kementerian Pariwisata Republik Indonesia yang mengusung tema Bali. Pameran tersebut dinamakan *Festival "Bali and Beyond"* di taman *Heritage Garden* yang diselenggarakan di Moscow yang diadakan pada 20 sampai 21 Agustus 2016.

Namun, ketika pandemi Covid-19 melanda, pameran secara langsung tidak dapat diadakan karena adanya protocol kesehatan demi mencegah penyebaran *covid-19* sehingga Indonesia melakukan forum daring dengan Rusia

untuk meningkatkan perekonomian pariwisata Indonesia dengan mengadakan *Indonesia Online Business Forum: "Digital Economy and Tourism Investment Opportunities"* pada Maret 2021 dimana forum ini membahas kerjasama investasi pariwisata Indonesia dengan pihak Rusia serta berbagi informasi mengenai promosi bersama produk budaya Indonesia dan wisata sejarah unik Indonesia secara daring.

2. DAMPAK PANDEMI COVID-19 TERHADAP PARIWISATA BALI

Sebelum menyebarnya pandemi Covid-19 ke Indonesia pada awal tahun 2020, wisatawan asal Rusia selalu masuk di peringkat 10 terbesar kunjungan terbanyak ke Bali yang menjadikan Pulau Bali sebagai destinasi favorit bagi wisatawan asal Rusia. Menurut Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Menparekraf), Sandiaga Uno, sekitar 90% dari warga negara Rusia memposisikan Bali sebagai destinasi pertama untuk wisata mereka (KOMPAS, 2022). Salah satu alasan terjadinya fenomena tersebut adalah cuaca yang terlalu dingin di bagian utara dan selatan atau di daerah pesisir sehingga tidak bisa menikmati aktivitas pantai secara maksimal, meskipun Rusia bukan termasuk *landlock country*. Wisatawan Rusia yang tinggal di Bali lebih lama juga mempunyai komunitas bagi WNA Rusia dimana mereka juga mengadakan sumbangan dan donasi terhadap masyarakat lokal Bali seperti adanya aktivitas sosial di panti asuhan. Bahkan, pada tahun 2017, wisatawan asal Rusia sempat meningkat menjadi peringkat ke-2 kunjungan ke Bali yaitu sebanyak 110 ribu orang (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia [EKON], 2018). Hal ini berdampak kepada perekonomian Bali yang sangat bergantung di dunia pariwisata yaitu sebanyak 52-56% (Liputan 6, 2021).

Menurut Kepala Dinas Pariwisata Bali, Tjok Bagus, mengungkapkan bahwa devisa pariwisata Bali mencapai sekitar Rp 40 triliun yang didapatkan dari 6,5 juta kunjungan wisatawan yang rata-rata menetap di Bali selama 9 hari (Bisnis, 2023). Selain itu, Menparekraf, Sandiaga Uno, juga menyatakan bahwa pariwisata Bali menjadi penyumbang terbesar kedua bagi Indonesia yang berkontribusi sebesar US\$ 20 miliar per tahun (CNBC Indonesia, 2021). Namun, ketika pandemi *covid-19* terjadi, sektor pariwisata Bali yang terhambat menurunkan perekonomian Bali. Dari Juli sampai September 2020, perekonomian Bali mengalami kontraksi sebanyak 12,28% dan terjadi peningkatan pengangguran sebanyak 5,63% pada Agustus 2020 (Bank Indonesia, 2020). Hal ini disebabkan oleh adanya kebijakan *lockdown* oleh Indonesia sendiri maupun negara lain sehingga para

wisatawan tidak dapat berkunjung ke Indonesia akibat adanya *covid-19*.

Dengan demikian, pandemi *covid-19* juga membuat kunjungan wisatawan mancanegara menurun drastis. Pada tahun 2019-2020, kunjungan wisatawan mancanegara ke Bali mengalami penurunan sebesar 82,96%, yaitu dari 6.275.210 kunjungan di tahun 2019 menjadi 1.069.473 kunjungan di tahun 2020. Kunjungan wisatawan Rusia juga menurun drastis dilihat pada 143 ribu kunjungan wisatawan Rusia ke Bali di tahun 2019 yang menjadi 57 ribu di tahun 2020. Sebelum pandemi terjadi, tingkat hunian hotel di tahun 2019 di seluruh kelas hotel adalah 53-62%, tetapi setelah pandemi, tingkat hunian hotel di bulan Maret 2020 tercatat 25% dan menurun ke 3% di bulan April 2020. Jika dihitung secara tahunan, tingkat hunian hotel tahun 2020 adalah 29% dibandingkan dengan 69% di tahun 2018. Selain itu, penurunan kunjungan ini juga menyebabkan banyak hotel tutup dimana pada tahun 2019, jumlah hotel di Bali tercatat sebanyak 507, sementara itu pada tahun 2020, hotel di Bali tercatat sebanyak 380 di seluruh kabupaten (Badan Pusat Statistik Provinsi [BPS] Bali, 2023). Oleh karena itu, banyak pekerja di bidang pariwisata dirumahkan dan kehilangan pekerjaan serta turunnya perekonomian Bali akibat pariwisata yang terhambat dari pandemi *covid-19*.

3. UPAYA INDONESIA TERHADAP RUSIA UNTUK PEMULIHAN PARIWISATA BALI PASCA PANDEMI COVID-19

Pada tahun 2022, Indonesia mulai memasuki era *new normal* dimana masyarakat menjalani aktivitasnya dengan tatanan baru yaitu dengan protokol kesehatan yang ditetapkan pemerintah. Selain itu, pemerintah Indonesia juga telah melonggarkan batasan internasional dan memperbolehkan wisatawan asing masuk dengan pelonggaran pelaksanaan karantina. Hal ini berpotensi untuk meningkatkan pariwisata Bali terutama dengan banyaknya wisatawan Rusia yang berkunjung ke Bali sebelum pandemi. Dengan demikian, Indonesia berupaya untuk meningkatkan kunjungan wisatawan Rusia ke Bali dengan adanya upaya diplomasi komersial terhadap Rusia.

Namun, tidak hanya itu, Indonesia berupaya untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan Rusia ke Bali karena adanya faktor eksternal dibaliknya. Pada tahun 2022 tepatnya pada bulan Februari, Rusia melakukan invasi terhadap Ukraina yang menjadi fenomena perang terbesar sejak berakhirnya Perang Dingin yang menjadi perbincangan panas di dunia internasional. Hal ini menyebabkan warga negara Rusia mengalami keterbatasan dalam *outbound* ke luar negeri dimana pembelian tiket

ke luar Rusia turun dari 42% ke 19% (Forward Keys, 2023). Keterbatasan *outbound* tersebut merupakan akibat dari sanksi politik Amerika Serikat dan sebagian besar negara Eropa terhadap Rusia dimana warga negara Rusia tidak diperbolehkan pergi ke negara-negara tersebut dan sebaliknya. Maka dari itu, banyak warga negara Rusia yang beralih *outbound* ke negara-negara di Timur Tengah dan Asia akibat tidak bisa berkunjung ke negara Barat.

Hal ini menjadi faktor di dalam *bilateral tourism* yaitu faktor ekonomi dan faktor politik eksternal dan kesehatan. Ekonomi Indonesia mengalami penurunan akibat adanya pandemi *covid-19*, hal ini membuat pemerintah berupaya untuk meningkatkan ekonomi dengan meningkatkan arus pariwisata bilateral antara Rusia dan Indonesia. Namun, dalam komunitas internasional, mata uang Indonesia masih tidak termasuk ke dalam mata uang yang kuat di antara negara lain, seperti Rusia. Rata-rata biaya hidup di Rusia lebih tinggi sebanyak 10.7% dibandingkan Indonesia. Sementara itu, biaya sewa di Rusia lebih tinggi 27.7% dari Indonesia (Numbeo, 2023). Rata-rata gaji yang didapatkan oleh penduduk Rusia mulai tahun 2023 adalah 63.260 Rubel atau setara dengan sekitar Rp 11.386.800 (Take Profit, 2023). Dengan demikian, wisatawan Rusia memiliki keuntungan jika berkunjung ke Indonesia akibat harga produk dan jasa yang lebih murah dibandingkan dengan negaranya.

Kemudian, faktor politik eksternal berperan ketika terjadinya invasi Rusia ke Ukraina yang mengurangi *outbound* warga negara Rusia ke negara Barat dan meningkatkan *outbound* ke negara Asia dan Timur Tengah. Adanya keadaan tersebut juga membuat warga negara Rusia menjadi tempat yang lebih aman untuk menghindari situasi politik yang ada di negaranya.

Oleh sebab itu, pemerintah Indonesia memanfaatkan kesempatan ini untuk meningkatkan kunjungan wisatawan asal Rusia ke Bali demi memulihkan pariwisata Bali yang terpuruk sejak pandemi *Covid-19* dengan melaksanakan diplomasi komersial melalui promosi pariwisata terhadap Rusia menggunakan forum-forum sebagai sarana diplomasi tersebut yaitu expo *It's Time for Bali* di Moskow. Indonesia juga mengeluarkan kebijakan pemberian *Visa on Arrival* (Visa Kunjungan Saat Kedatangan Khusus Wisata) kepada warga negara Rusia yang berkunjung ke Indonesia.

A. EXPO IT'S TIME FOR BALI

Expo *It's Time for Bali* diadakan pada 15 sampai 17 Maret 2022 di Krokus Expo Center, Moskow. Expo ini merupakan hasil kerjasama Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif

Indonesia bersama dengan pameran *Moscow International Tour and Travel* (MITT) yang merupakan pameran tahunan di Moskow untuk memfasilitasi diplomasi pariwisata Rusia dan negara lain yang ingin melakukan hubungan kerjasama. Adanya pandemi *Covid-19* membuat Indonesia tidak tergabung ke dalam MITT di tahun 2020 dan 2021. Dengan demikian, pemulihan pariwisata Bali dilakukan dengan mengusung tema "*It's Time for Bali*" di pameran ini dengan harapan wisatawan Rusia dapat tertarik kembali untuk mengunjungi Bali pasca pandemic (Kementerian Luar Negeri, 2022).

Perwakilan diplomasi pariwisata Indonesia dilakukan oleh VITO (*Visit Indonesia Tourism Office*) Moskow yang berada di bawah naungan Kementerian Pariwisata Indonesia dan Kedutaan Indonesia di Moskow. Promosi pariwisata ini dilakukan dengan memberikan informasi terkait dengan destinasi pariwisata Bali yang terbaik, akomodasi hotel, sampai ke prosedur mendapatkan visa masuk ke Indonesia dan protokol kesehatan di Indonesia. Selain itu, *expo* tersebut juga terealisasi melalui kerjasama perusahaan pariwisata di Bali seperti Hotel Melia dan perusahaan agensi pariwisata Bali, Bounty. Budaya Bali juga ditunjukkan secara langsung seperti adanya dekorasi khas Bali dan adanya pertunjukan tari Cendrawasih oleh Studio Kirana Nusantara Dance.

Maka dari itu, dalam expo *It's Time for Bali*, sektor privat menjadi faktor dalam peningkatan arus *outbound* wisatawan Rusia ke Indonesia dimana perusahaan agensi perjalanan seperti *Bounty Bali* ikut terlibat untuk mempromosikan kemudahan dan keuntungan wisatawan Rusia yang hendak berkunjung ke Bali. Selain itu, Hotel Melia juga dapat mempromosikan perusahaannya kepada wisatawan Rusia untuk menguntungkan pihaknya dan juga berupaya untuk meningkatkan kunjungan wisatawan Rusia. Dengan adanya fasilitas-fasilitas yang ditawarkan sektor privat tersebut, wisatawan Rusia akan lebih tertarik untuk mengunjungi Bali karena kemudahan dan keuntungan yang didapatkannya misalnya seperti fasilitas perpanjangan *VoA* oleh perusahaan *agency* dan fasilitas yang ditawarkan oleh hotel Melia.

Selain itu, kebudayaan Bali juga menjadi faktor yang tidak dapat diukur (*intangible*) di dalam *expo* tersebut yang memengaruhi arus wisatawan Rusia. Acara ini membentuk citra yang baik pada kebudayaan dan gaya hidup Bali sehingga warga negara Rusia lebih mengenal Bali lebih dalam daripada Indonesia, seperti Barong, dan tarian eksotis yang ditunjukkan oleh Studio Tari Kirana. Citra pantai Bali yang indah meningkatkan permintaan wisatawan Rusia akibat adanya batasan pariwisata bilateral yaitu

perbedaan budaya, dimana perbedaan ini justru menjadi keuntungan bagi Bali untuk meningkatkan arus pariwisata antara Rusia dan Indonesia. Dengan demikian, kualitas atraksi yang ditunjukkan dalam acara ini menjadi faktor penentu permintaan wisatawan Rusia yang berhasil diimplementasikan oleh sektor privat yang dinaungi oleh Kemenparekraf.

Keberhasilan acara ini merupakan wujud dari diplomasi *first track* dimana diplomasi diimplementasikan oleh pemerintah atau kemenparekraf yang bergandengan dengan diplomasi *second track* dimana sektor privat berperan besar terhadap implementasi expo tersebut. Hal ini ditunjukkan pada pelaksanaan expo *It's Time for Bali* yang bersifat *low politics* meskipun dicetuskan oleh aktor negara yaitu Kemenparekraf. Expo atau pameran ini merupakan bentuk pelaksanaan diplomasi komersial dengan cara melakukan promosi pariwisata demi mendapatkan keuntungan bisnis sehingga mewujudkan *business end* dari diplomasi ekonomi. Keuntungan yang didapatkan dari acara ini adalah meningkatnya kunjungan wisatawan Rusia ke Bali.

B. KEBIJAKAN VISA KUNJUNGAN SAAT KEDATANGAN KHUSUS WISATA (VISA ON ARRIVAL)

Upaya kedua yang dilakukan Indonesia adalah dikeluarkannya Surat Edaran Nomor IMI-0650.GR.01.01 Tahun 2022 Tentang Kemudahan Keimigrasian Dalam Rangka Mendukung Pariwisata Berkelanjutan Pada Masa Pandemi Corona Virus Disease 2019 pada 27 April 2022 oleh Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia (Kemenkumham). Salah satu isi dari surat tersebut adalah penambahan negara Rusia di dalam daftar pemberian *Visa on Arrival* atau Visa Kunjungan Saat Kedatangan Khusus Wisata dimana visa akan diberikan di bandara kepada wisatawan Rusia yang tiba di Indonesia yang berlaku selama 30 hari dan dapat melakukan perpanjangan VoA untuk tinggal selama 30 hari setelahnya sehingga wisatawan Rusia dapat tinggal selama 60 hari di Indonesia dengan visa tersebut. Kebijakan ini merupakan faktor tanggung jawab pemerintah (*government responsibilities*) yang menjadi faktor utama dalam pariwisata bilateral atau di dalam kasus peningkatan kunjungan wisatawan asal Rusia ke Bali.

Pengeluaran kebijakan ini juga tidak melibatkan satu aktor negara saja tetapi juga melibatkan kerjasama di antara lembaga pemerintah. Kementerian Hukum dan HAM melalui Direktorat Jenderal Imigrasi memiliki perjanjian kersama dengan Kementerian Luar Negeri melalui Direktorat Jenderal Protokol dan Konsuler untuk mengatur lalu lintas imigrasi dan

menekankan koordinasi antar lembaga pemerintah dalam memantau aktivitas warga negara asing di Indonesia dan memperkuat hukum imigrasi (Kementerian Luar Negeri 2020). Hal ini menjadikan pemberian Visa Kunjungan Saat Kedatangan Khusus Wisata tersebut sebagai kewenangan Kemenkumham dengan tembusan Kemenlu yang menentukan kelayakan suatu negara untuk masuk ke Indonesia dan penentuan hukum lintas batas negara.

Pada faktor tanggung jawab pemerintah, pemerintah negara merupakan aktor utama yang terlibat dan tidak melibatkan sektor privat sehingga sifat yang digunakan adalah sifat yang formal dan bersifat mengikat. Maka, faktor ini juga menekankan kepada diplomasi *first track* karena bersifat *high politics* dan menggunakan ranah pemerintah ke pemerintah (*government to government*). Peran pemerintah tersebut dipengaruhi oleh adanya faktor eksternal yaitu adanya konflik antara Rusia dan Ukraina sehingga masyarakat Rusia tidak dapat pergi ke negara barat akibat sanksi dan mencari keamanan ke negara lain. Hal ini diimplementasikan Indonesia dengan mengeluarkan surat edaran mengenai *Visa on Arrival* (Visa Kunjungan Saat Kedatangan Khusus Wisata) terhadap negara Rusia sejak 27 April 2022. Dengan demikian, wisatawan asal Rusia dapat lebih mudah untuk berkunjung ke Indonesia dan tidak perlu menunggu dikeluarkannya visa sebelum keberangkatan sehingga meningkatkan arus *outbound* ke Indonesia.

4. HASIL DARI DIPLOMASI KOMERSIAL INDONESIA DAN KEBIJAKAN VISA ON ARRIVAL TERHADAP RUSIA

Dari tabel 1 berikut, terdapat penjabaran faktor yang memengaruhi arus pariwisata bilateral Rusia ke Indonesia. Dalam faktor tanggung jawab pemerintah, relasi diplomasi antara Rusia dan Indonesia berperan dalam mempermudah kunjungan wisatawan Rusia ke Bali dengan adanya kebijakan VoA. Selain itu, diplomasi komersial yang diadakan pemerintah Indonesia berhasil membentuk citra yang baik terhadap Bali. Meskipun faktor tersebut diimplementasikan oleh aktor negara sebagai aktor utama yang menjalankan diplomasi *first track*, sektor privat juga bergerak di dalam diplomasi tersebut sehingga melibatkan diplomasi *second track* dan juga mensukseskan tujuan *business end* dari diplomasi komersial melalui promosi pariwisata yaitu pameran *It's Time for Bali*. Sektor privat tersebut berperan sebagai aktor non negara yang mewujudkan faktor *intangible* yaitu memperkenalkan kebudayaan Bali kepada warga negara Rusia

yang direalisasikan oleh perusahaan agensi Bounty, Hotel Melia, dan Studio Tari Kirana. Kemudian, arus pariwisata bilateral ini juga dipengaruhi oleh faktor eksternal yang melampaui kendali pemerintah Indonesia dimana mata uang Rusia cenderung lebih tinggi daripada Indonesia sehingga biaya hidup di Indonesia bagi wisatawan Rusia lebih murah. Terakhir, adanya konflik antara Rusia dan Ukraina membuat warga negara Rusia tidak dapat pergi ke negara Barat sehingga membuat mereka berpergian ke negara Asia dan Timur Tengah dimana kejadian ini digunakan sebagai keuntungan bagi Indonesia untuk meningkatkan pariwisata Bali kembali setelah adanya krisis kesehatan yaitu pandemic *Covid-19*.

Tabel 1. Faktor yang memengaruhi arus pariwisata bilateral Rusia ke Indonesia

Arus dari Rusia ke Indonesia	Efek Positif	Aksi yang dilakukan	Aktor yang berperan
Tanggung Jawab Pemerintah Diplomasi Kebijakan terhadap aspek pariwisata	Memudahkan wisatawan Rusia berkunjung ke Bali dan membangun citra yang baik terhadap Bali	Expo <i>It's Time for Bali</i> dan Kebijakan VoA	Pemerintah /Negara (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia, Kedutaan Indonesia di Moskow, VITO (<i>Visit Indonesia Tourism Office</i>) Moskow.
Sektor privat	Menunjukkan akomodasi perjalanan dan fasilitas penginapan di Bali serta budaya Bali	Keterlibatan Bounty dan Melia Bali serta Studio Tari Kirana di Expo <i>It's Time for Bali</i>	Aktor non negara (Perusahaan)
Faktor yang tidak dapat diukur	Membuat warga negara Rusia mengenal keunikan budaya dan gaya hidup di Bali	Dekorasi dan tarian Bali serta promosi destinasi pariwisata di Expo <i>It's Time for Bali</i>	Negara dan aktor non negara (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia dan perusahaan)
Ekonomi	Mata uang Indonesia	-	

	yang rendah menarik perhatian wisatawan Rusia		
Politik Eksternal dan kesehatan	Warga negara Rusia mencari keamanan dan tidak bisa berkunjung ke negara barat, pandemi <i>covid-19</i> membuat Indonesia melakukan diplomasi komersial melalui promosi pariwisata	-	

Tabel 2. Pertumbuhan Kunjungan Wisatawan Rusia ke Bali Per Bulan

Tahun	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun
2019	16.400	11.620	13.905	12.553	9.346	7.676
2020	25.486	19.959	11.090	28	-	20
2021	-	-	-	-	-	-
2022	-	239	489	1.180	1.739	2.188
2023	22.104	17.338				

Jul	Agu	Sep	Okt	Nov	Des	Jul
8.047	8.235	9.531	11.996	14.629	19.300	8.047
-	-	-	-	-	20	-
-	-	-	-	3	-	-
2.117	2.646	3.931	9.436	14.364	19.702	2.117

Sumber: Dinas Pariwisata Provinsi Bali (2023)

Jika dilihat dari tabel 2, kunjungan wisatawan Rusia yang cukup tinggi, menurun drastis pada bulan April di tahun 2020. Hal ini disebabkan oleh masuknya pandemi *Covid-19* sehingga Indonesia memberlakukan *lockdown* dan menutup batas internasional bagi wisatawan. Kejadian tersebut berlanjut ke tahun 2021 dimana kegiatan pariwisata di Bali tidak hidup. Pada tahun 2022, tepatnya di bulan Februari, wisatawan Rusia mulai masuk ke Indonesia dimana saat itu merupakan awal dari invasi Rusia ke Ukraina. Wisatawan yang datang semakin meningkat drastis terutama dari bulan Maret ke April. Hal ini disebabkan oleh pengeluaran Visa Kunjungan Saat Kedatangan Khusus Wisata di bulan April sehingga angka wisatawan Rusia semakin meningkat dan mencapai puncaknya pada angka 19.702 ribu wisatawan pada Desember 2022. Kemudian, di tahun 2023 pada tabel 3, angka wisatawan Rusia mencapai 39.442 ribu wisatawan dalam kurun waktu dua bulan saja.

Tabel 3. Pertumbuhan Kunjungan Wisatawan Rusia ke Bali per Tahun

Tahun	Total Kunjungan Wisatawan Rusia ke Bali
2019	143.238
2020	56.603
2021	3
2022	58.031
2023 (Januari-Februari)	39.442

Sumber: Dinas Pariwisata Provinsi Bali (2023)

Adapun hasil dari upaya pemerintah Indonesia untuk memulihkan pariwisata Bali dapat dinyatakan berhasil karena adanya peningkatan kunjungan wisatawan Rusia ke Bali sejak adanya pandemi *Covid-19*. Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa diplomasi komersial Indonesia yang dilakukan melalui wujud pameran *It's Time for Bali* berhasil mencapai tujuan *business end* dan meraih keuntungan. Selain itu, dari adanya peningkatan kunjungan wisatawan Rusia ke Bali, pemerintah Indonesia terbukti telah merealisasikan perannya sebagai *policymaker* yang utama dengan dikeluarkannya kebijakan atau regulasi *VoA* tersebut. Peningkatan kunjungan wisatawan asal Rusia tersebut merupakan bukti keberhasilan diplomasi pariwisata terhadap Rusia dimana diplomasi tersebut menjadi salah satu bagian dari tanggung jawab pemerintah dalam keterlibatannya di pariwisata bilateral.

IV. KESIMPULAN

Pemerintah Indonesia berusaha untuk meningkatkan pariwisata Bali kembali sejak pandemic *Covid-19* dengan meningkatkan kunjungan wisatawan Rusia. Hal ini diimplementasikan oleh Indonesia dengan cara melakukan diplomasi komersial terhadap Rusia yaitu dengan pelaksanaan pameran *It's Time for Bali* di Moskow yang dicetuskan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia. Upaya diplomasi tersebut juga melibatkan aktor non negara seperti perusahaan agensi Bali, Bounty, Hotel Melia Bali, dan Studio Tari Kirana Bali sehingga hal tersebut mewujudkan diplomasi *second track* Indonesia dan tujuan *business end* dari diplomasi komersial tersebut demi meraih keuntungan. Selain itu, sektor privat tersebut sebagai aktor non negara juga mempengaruhi arus pariwisata bilateral Indonesia dan Rusia dengan menunjukkan kebudayaan Bali sebagai faktor *intangible* yang berpengaruh dalam arus *inbound* dan *outbound* Rusia.

Pemerintah Indonesia juga berupaya untuk meningkatkan kunjungan wisatawan Rusia ke Bali dengan cara mengeluarkan kebijakan Visa Kunjungan Saat Kedatangan Khusus Wisata untuk negara Rusia pada April 2022 sehingga wisatawan

Rusia dapat lebih mudah mengunjungi Bali. Hal ini merupakan perwujudan dari diplomasi *first track* yang menekankan kepada pendekatan *government to government* yang bersifat mengikat. Peran pemerintah Indonesia sebagai aktor negara adalah hal yang utama sebagai faktor tanggung jawab pemerintah dalam arus pariwisata bilateral. Adapun upaya-upaya tersebut berhasil meningkatkan arus *outbound* Rusia ke Indonesia yang menghasilkan 39.442 ribu wisatawan Rusia ke Bali di bulan Januari dan Februari 2023. Peningkatan yang terjadi di bulan Mei 2022 juga menunjukkan bahwa pameran *It's Time for Bali* pada Maret 2022 dan pengeluaran *VoA* pada April 2022, berhasil meningkatkan kunjungan wisatawan Rusia ke Bali dan menjalankan aktivitas pariwisata Bali kembali.

DAFTAR PUSTAKA/REFERENSI

- Badan Pusat Statistik. 2020. "Ekonomi Indonesia Triwulan II 2020 Turun 5,32 Persen", dalam bps.go.id
- Bank Indonesia. 2020. "Laporan Perekonomian Provinsi Bali November 2020" dalam bi.go.id
- BPS Provinsi Bali. 2021. "Banyaknya Wisatawan Mancanegara yang Datang Langsung ke Bali Menurut Kebangsaan, 2014-2020" dalam bali.bps.go.id
- BPS Provinsi Bali. 2019. "Tingkat Penghunian Kamar Hotel Bintang Menurut Kelas di Provinsi Bali (Persen) 2018" dalam bali.bps.go.id
- Berridge, G. 2015. *Diplomacy: Theory and Practice*. Palgrave Macmillan: New York, USA.
- Dinas Pariwisata Bali. 2023. "Rilis Data Statistik Resmi Bulan Desember 2022" dalam disparda.baliprov.go.id
- Forward Keys. 2023. "*Russian Outbound tourism reduces and redirects its attention to Asia*" dalam forwardkeys.com
- Heijmans, M. 2011. "*Conceptualizing Economic Diplomacy: The Cross Relations, Economics, IPE and Diplomatic Studies*", dalam *The Hague Journal of Diplomacy* Vol.6 pp 7-36. DOI:10.1163/187119111X566742
- Idrasah, G. 2016. "Diplomasi Indonesia melalui Kampanye *Wonderful Indonesia* dalam Meningkatkan Pariwisata Indonesia di Dunia Internasional tahun 2011-2015" dalam *Jurnal Online Mahasiswa* Vol.3 No.1 pp. 1-16.
- International Trade Centre. 2019. *A Guide to Commercial Diplomacy*. Switzerland
- Ismail, A., Mulyaman, D., & Sarudin, R. 2022. "*Uncovering the Impact of Festival Indonesia on Russia Towards Indonesia*", dalam *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional* Vol.18 No.3, pp. 99-110. <https://doi.org/10.26593/jihi.v18i2.4754.99-110>
- Itsnaini, F. 2022. "Bali Jadi Destinasi Wisata Favorit Turis Rusia" dalam Kompas.com

- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian RI. 2018. "Sebagai Mitra Strategis, Indonesia Terus Gali Potensi Ekonomi dengan Rusia dan Iran" dalam ekon.go.id
- Kementerian Luar Negeri RI. 2022. "It's Time For Bali – Indonesia returns to the 2022 MITT Moscow" dalam kemenlu.go.id
- Kementerian Luar Negeri. 2018. "169 Countries get Visa-Free Facility" dalam kemlu.go.id
- Kementerian Perdagangan RI. 2021. "Pertemuan Bilateral Mendag RI dengan Menperindag Rusia" dalam kemendag.go.id
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. 2020. Laporan Kinerja Kementerian Pariwisata 2019. <https://eperformance.kemepar kraf.go.id/storage/media/378/LAKIP-Kemenpar-2019.pdf>
- Kim, S., Prideaux B., & Timothy, D. 2016. "Factors Affecting Bilateral Chinese and Japanese Travel", dalam *Annals of Tourism Research* Vol.61 pp 80-95. <http://dx.doi.org/10.1016/j.annals.2016.08.01>
- Khoiri, A. 2022. "Bali Favorit Turis Rusia, 90% Warganya Tahu" dalam travel.detik.com
- Leavy, P. 2013. *Research Design*. The Guilford Press: New York, USA
- Librianty, A. 2021. "Terlalu Bergantung pada Pariwisata, Pemerintah Bakal Robak Ekonomi Bali" dalam liputan6.com
- Minardi, A., Taufik, Rini, A., & Neneng, H. 2020. "Indonesian Tourism Diplomacy to India", dalam *Indonesian Journal of Tourism and Leisure* Vol.01 No.1, pp. 1-13. DOI: 10.36256/ijtl.v1i1.83
- Monika, A., & Gautama, F., 2022. "Mengapa Bali lebih terkenal dari Indonesia?", dalam *kompas.com*
- Numbeo. 2023. "Cost of Living Comparison Between Indonesia and Russia" dalam numbeo.com
- Nurul, W., & Kurniawan, A. 2021. "Pelaksanaan PPKM dalam Penanganan Kasus Covid-19 dan Evaluasinya" dalam djkn.kemenkeu.go.id
- Saputra, H. 2023. "Devisa Pariwisata Bali diproyeksikan Rp 30 Trilliun" dalam bisnis.com
- Setiawan, A. 2016. *Teori dan Praktik Diplomasi*. Universitas Muhammadiyah Jakarta
- Take Profit Organization. 2023. "Russia Wages Data" dalam take-profit.org
- Yanwardhana, E. 2021. "Sandi Uno: Bali Penyumbang Devisa Terbesar di Pariwisata RI" dalam cnbcindonesia.com