

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata merupakan daya tarik wisatawan untuk mengunjungi suatu negara, sehingga sektor pariwisata dapat menyumbang pemasukan negara dan berdampak pada pembangunan perekonomian masyarakat sekitar. Negara Thailand merupakan negara yang memiliki lokasi yang strategi sehingga Thailand dijadikan destinasi yang populer untuk wisatawan berkunjung. Menurut survei Mastercard, kawasan Asia Pasifik memiliki Thailand sebagai destinasi pariwisata paling populer. Pada tahun 2017, survei Mastercard untuk kawasan Asia Pasifik menunjukkan 3 kota di Thailand masuk kedalam daftar 10 besar kota paling populer (Patel, 2018).

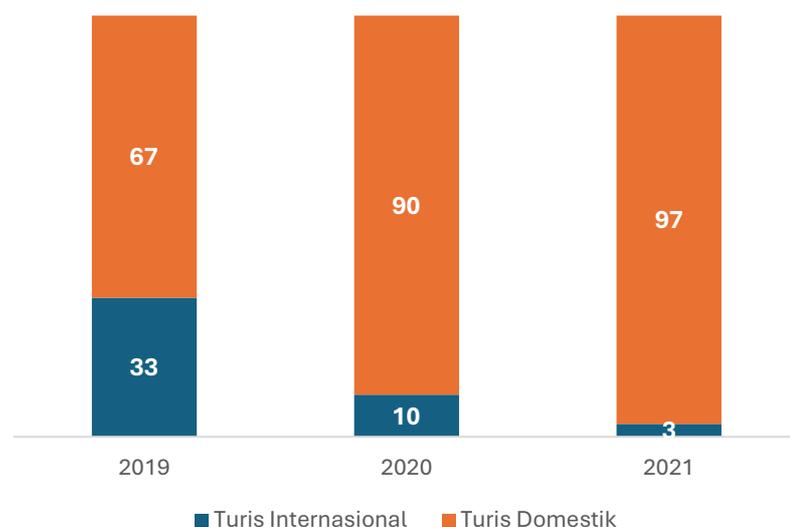
Negara gajah putih ini menawarkan skema liburan favorit wisatawan domestik hingga mancanegara, seperti destinasi yang menawan dan variatif terutama di Phuket dan Pattaya. Terdapat lebih dari 40.000 kuil Buddha tersebar di Thailand, terbuka untuk berdoa hingga kunjungan kebudayaan. Hal tersebut menambah daya tarik budaya dan sejarah bagi turis asing yang mengunjungi Thailand. Adapun alasan populer lainnya bagi wisatawan asing untuk mengunjungi Thailand seperti kekayaan kuliner lokal, wisata medis, perayaan festival, hingga pusat perbelanjaan (Cindy, 2022).

Tahun 2020 menghadirkan kejutan yang meluluhlantakkan industri

pariwisata, yakni virus Covid-19. Masa awal pandemi Covid-19 membuat negara di dunia harus membekukan aktivitas pariwisatanya masing-masing termasuk Thailand. Mengutip dari data World Health Organization, kasus pertama positif virus Covid-19 diluar Wuhan ditemukan di Thailand pada 14 Januari 2020. Hal tersebut kemudian menjadi pendorong kuat bagi pemerintah Thailand untuk memberlakukan sejumlah peraturan bagi warganya. Thailand mengeluarkan kebijakan *lockdown* hingga pembatasan total bagi pengunjung asing untuk membendung penyebaran Covid-19. Pembatasan tersebut berdampak terhadap persentase kehadiran turis asing di Thailand selama 2 tahun penuh sejak pertama kali ditemukannya kasus pertama Covid-19 di Thailand (lihat Grafik 1.1).

Grafik 1. 1

Persentase Turis Internasional dan Domestik di Thailand Tahun 2019-2021

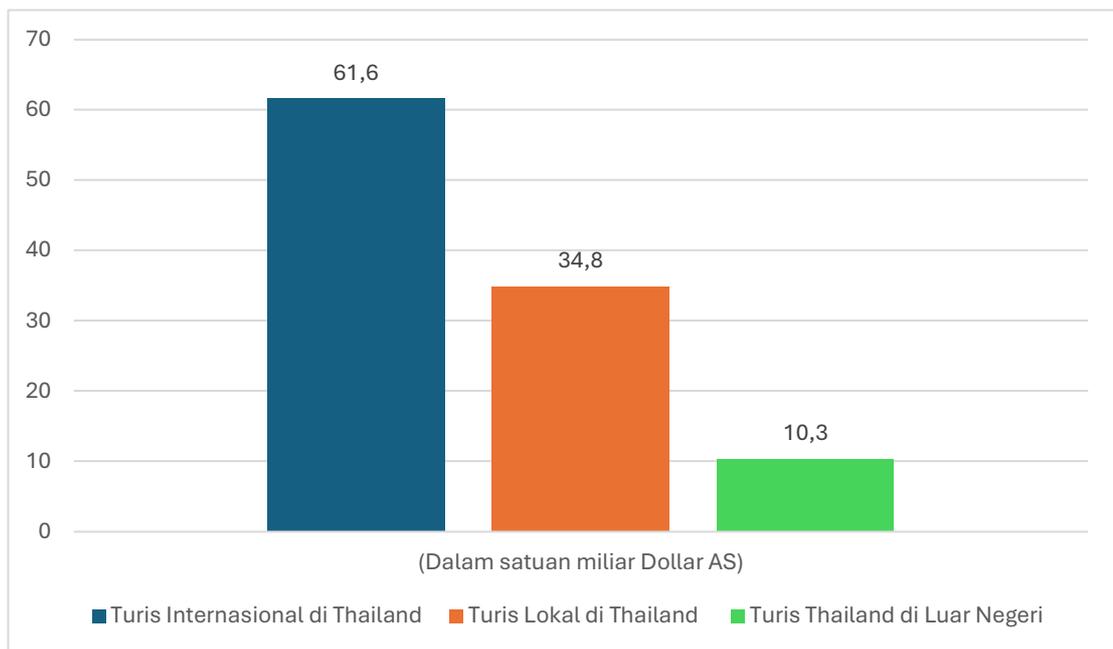


Sumber: Kementerian Pariwisata dan Olahraga Thailand, 2022

Di tahun sebelum ditemukannya Covid-19 yakni 2019, Thailand masih berada di peringkat 8 negara dengan angka wisatawan terbanyak sebesar 40 juta

orang. Namun ketika pandemi terjadi, kebijakan pembatasan tersebut mempengaruhi angka kedatangan turis asing maupun turis lokal di Thailand (lihat Grafik 1.1). Sehingga berpengaruh terhadap penurunan pendapatan Thailand pada sektor pariwisata. Penurunan tersebut erat kaitannya dengan alur bisnis pariwisata, yang berhubungan dengan bisnis akomodasi, transportasi hingga konsumsi. Mengutip data Mckinsey, angka penerbangan internasional menuju Thailand menurun 95 persen dan hotel terisi hanya sebanyak 9 persen hingga bulan september 2021 (Saxon, Sodprasert dan Sucharitakul, 2021: 1-4).

Grafik 1. 2
Pengeluaran Turis Tahun 2019



Sumber: McKinsey and Company, 2022

Melalui paparan data oleh Mckinsey di atas, terlihat jelas bahwa sektor pariwisata berperan besar dalam mengendalikan Produk Domestik Bruto (PDB) atau GDP Thailand. Pemulihan sektor pariwisata dengan angka pengunjung domestik saja tidak sebanding dengan pengaruh besar yang dibawa pengunjung

asing. Maka dari itu, pemulihan dalam angka kunjungan wisatawan asing dibutuhkan untuk memperbaiki sektor pariwisata di tengah situasi pandemi Covid-19. Melalui buku panduan yang dikeluarkan oleh World Tourism Organization yang berjudul *COVID-19 and the Future of Tourism in the Asia and the Pacific*, terdapat langkah pemulihan yang bisa menjadi pola penyesuaian baru bagi negara-negara di Asia untuk dapat meningkatkan sektor pariwisata pasca kehadiran virus Covid-19 (UNWTO, 2022).

Berdasarkan pada penyampaian di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap kebijakan Pemerintah Thailand, khususnya untuk mempertanyakan mengapa strategi diplomasi komersial dijalankan Thailand untuk meningkatkan pariwisata di era pandemi. Hal ini dikarenakan, dengan merujuk secara khusus pada strategi diplomasi komersial, Thailand dapat meningkatkan kunjungan wisatawannya secara bertahap sejak awal pembukaan di tahun 2021 – yang kemudian berdampak bagi pemasukan ekonomi negara Thailand sehingga sektor pariwisata di Thailand dapat pulih pasca terjadinya Pandemi Covid-19.

1.2 Rumusan Masalah

Berangkat dari latar belakang yang telah dijelaskan, penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan: “Mengapa strategi diplomasi komersial dilakukan Thailand di era pandemi Covid-19?”

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Tujuan Umum

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara komprehensif strategi diplomasi komersial yang dilakukan oleh negara untuk memulihkan dan

meningkatkan sektor pariwisata yang berdampak pada perekonomian negara di era pandemi Covid-19.

1.3.2 Tujuan Khusus

Penelitian ini ditujukan untuk memahami alasan atau dasar rasional pemilihan strategi diplomasi komersial yang dijalankan oleh pemerintah Thailand dalam menghadapi pandemi Covid-19. Sejalan dengan tujuan tersebut, penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang melingkupi proses pengambilan kebijakan beserta dampak dari pengambilan kebijakan diplomasi komersial bagi para pemangku kepentingan terkait industri pariwisata. Lantas penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi baik secara teoretis maupun praktis bagi permasalahan atau isu yang relevan.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi teoritis bagi disiplin keilmuan khususnya bidang hubungan internasional terkait pengaruh organisasi internasional bidang pariwisata, pembuatan kebijakan oleh pemerintah, serta strategi diplomasi komersial untuk mengatasi penurunan pariwisata. Kontribusi teoritis penelitian ini diharapkan, dapat digunakan untuk memahami pola-pola pembentukan kebijakan suatu negara dalam menghadapi suatu peristiwa global.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan dan pengetahuan terkait strategi diplomasi komersial yang digunakan oleh pemerintah untuk

meningkatkan pariwisata, terutama di masa pandemi yang merupakan fenomena global terkini. Diharapkan agar kedepannya sudut pandang penulis mampu menambah perkembangan dari cara yang dapat ditempuh negara untuk meningkatkan sektor pariwisatanya terutama dengan strategi diplomasi komersial.

1.5 Tinjauan Pustaka

Penelitian terkait pandemi Covid-19 semakin bertambah setiap harinya, namun penelitian terkait sektor pariwisata masih tergolong jarang. Khususnya dalam hal ini, penelitian terkait strategi diplomasi oleh Pemerintah Thailand dalam mengatasi penurunan pariwisatanya di era pandemi masih sangat sedikit di tahun 2021. Penulis akan mengambil beberapa contoh penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai bahan pembandingan penelitian yang diajukan.

Penelitian pertama yang menjadi rujukan penulis adalah sebuah jurnal berjudul *Sustainable Tourism Recovery amid the COVID-19 Pandemic. The Case Study of the Phuket Sandbox Scheme* yang merupakan bagian dari *Journal of Environmental Management and Tourism* ditulis oleh Hongrui Zhu dan Mehri Yasami (2022). Penelitian tersebut membahas mengenai pemulihan sektor pariwisata di Thailand khususnya dengan menggunakan studi kasus Phuket Sandbox yang merupakan awal dari kegiatan pariwisata Thailand di era pandemic Covid-19. Jurnal ini menggunakan banyak tolak ukur untuk melihat efektivitas kebijakan Phuket sandbox dan bagaimana kekurangannya dapat diperbaiki oleh pemerintah agar bisa lebih baik lagi.

Penelitian kedua yang ditulis oleh Ratchapong Klinsrisuk dan Watchara

Pechdin (2022) berjudul *Evidence from Thailand on Easing COVID- 19's International Travel Restrictions: An Impact on Economic Production, Household Income, and Sustainable Tourism Development* yang merupakan bagian dari *Journal of Sustainability*. Artikel jurnal penelitian ini menaruh fokus tentang bagaimana kasus pandemi di Thailand membentuk kebiasaan baru dalam pariwisata internasional. Penelitian tersebut membahas pengaruh dari pembukaan pariwisata terhadap ekonomi, pendapatan masyarakat, hingga pengembangan pariwisata berkelanjutan.

Penelitian ketiga berjudul *The Effect Of Covid-19 Pandemic On The Tourism Travel And Risk Management In Thailand* yang merupakan bagian dari *Journal Of Tourism, Hospitality and Environment Management (JTthem)* (Kongnun et al., 2022). Jurnal ini berfokus pada mengkaji dampak dari Pandemi Covid-19 dan cara manajemen risikonya ditinjau dari teori grounded sebagai symbol interaksi, yang mana pada hasil penelitian ini menyatakan kebersihan (*hygiene*) dan keselamatan merupakan prioritas utama bagi wisatawan ketika mereka dapat bepergian kembali, sehingga penggunaan protokol kebersihan dan keselamatan bersama dengan kolaborasi dengan sektor publik, serta dukungan dari pemerintah, sangat penting. Selain itu, strategi manajemen krisis dan departemen manajemen risiko menjadi vital bagi perjalanan pariwisata untuk mengatasi tantangan setelah krisis pasca Pandemi Covid-19 untuk memulihkan sektor wisata di Thailand.

Penelitian keempat berjudul *Marketing Strategy For Tourism Industries In Andaman Provinces After Covid-19 Epidemic* yang merupakan bagian dari *Proceeding 2nd International Conference on Business and Social Sciences*

(ICOBUSS) yang ditulis oleh Dr.Cherdchai Klinthongchai. Jurnal penelitian ini menaruh fokus tentang strategi pemasaran sektor wisata di Andaman, Thailand setelah pandemic Covid-19 dengan mengutamakan keselamatan wisatawan dan pemulihan sektor wisata ini memerlukan waktu bertahun-tahun untuk pulih sama seperti sebelum Covid-19 sehingga strategi marketing yang dilakukan adalah kepercayaan dan keyakinan dari wisatawan internasional, selain itu membangun public relation yang baik dengan iklan dan media sosial sehingga wisatawan tertarik untuk berkunjung ke destinasi wisata (Klinthongchai, 2022: 424-429).

Penelitian kelima berjudul *Covid-19 Effects on Tourism and Business in Thailand* (2020) yang merupakan bagian dari SSRN International Journal yang ditulis oleh Dinesh Elango. penelitian ini berfokus pada dampak Covid-19 pada sektor ekonomi dan pariwisata Thailand dikarenakan virus yang menyebabkan turunnya pendapatan negara sejak Desember 2019, namun apabila situasi telah kembali normal, sektor ekonomi dan wisata akan pulih kembali. Permintaan agregat perlu ditingkatkan agar rantai pasokan distimulasi untuk memulai kembali perekonomian.

Penelitian-penelitian tersebut memiliki pembahasan yang sedikit menyerupai penelitian ini namun dalam arah yang berbeda. Referensi penelitian pertama menaruh fokus pada awal mula dibukanya pariwisata era pandemi di Thailand, sedangkan penelitian ini mengkaji berbagai kasus yang terjadi di Thailand dan tidak terbatas sampai Phuket Sandbox namun hingga perubahan- perubahan kebijakan selanjutnya. Penelitian kedua menaruh fokus pada hasil pembukaan sektor pariwisata terhadap pemulihan ekonomi Thailand, namun minim

pembahasan terkait bagaimana proses strategi diplomasi maupun kebijakan oleh pihak pemerintahan sehingga bisa mencapai tujuan tersebut.

Maka dari itu, penelitian yang diajukan oleh penulis akan berusaha untuk menjawab pertanyaan pada rumusan latar belakang masalah dengan sudut pandang yang menggabungkan strategi diplomasi komersial yaitu dengan mengikuti berbagai expo di sektor wisata Thailand sehingga dapat menarik investor asing serta dapat mengadakan kerja sama dengan berkolaborasi bersama pihak swasta, contohnya bank. Dengan demikian diyakini strategi promosi ini secara efektif meningkatkan angka turis di Thailand dengan berbagai indikator kegiatan menarik di sektor wisata ataupun menyelenggarakan kegiatan yang dapat menarik wisatawan oleh Thailand sebagai negara penyelenggara. Dengan demikian apabila menerapkan diplomasi komersial, diharapkan Thailand dapat melakukan pemulihan sektor pariwisata dan sektor ekonomi secara bersamaan. Penelitian ini menaruh fokus pada alur kebijakan yang dilakukan oleh pemerintah Thailand, hingga melihat bagaimana kebijakan-kebijakan tersebut memberikan hasil yang ditargetkan oleh negara.

1.6 Kerangka Pemikiran

Dalam rangka memahami perilaku suatu negara yang hanya dapat dilihat melalui kebijakan yang diambil, dapat dipahami bahwa suatu aktor negara selalu bertindak secara rasional. Meskipun istilah “rasionalitas” masih menjadi perdebatan (mengenai dasar ontologi rasionalitas) dikalangan akademisi hubungan internasional, hal ini tidak mengaburkan bahwa atas dasar kesederhanaan ontologis (dalam tradisi keilmuan positivisme) tindakan rasional dimaknai sebagai

suatu pertimbangan konsekuensi atas suatu tindakan (Schmidt & Wight, 2023: 159). Asumsi tersebut berlandaskan pada generalisasi atas perilaku-perilaku negara yang mengkalkulasikan biaya dan manfaat yang dapat diperoleh untuk kepentingan individu (*stakeholders*) maupun kepentingan kolektif (kepentingan nasional) dalam suatu proses pengambilan kebijakan. Selain itu, tindakan rasional negara turut didasarkan pada ekspektasi atas manfaat yang bermula pada proses identifikasi atas pilihan-pilihan kebijakan yang menjadi prioritas (Alden, 2017: 5).

Menimbang kerangka ontologis di atas, penelitian ini berusaha menjawab pertanyaan besar mengenai aspek rasionalitas apa saja yang menjadi landasan bagi suatu negara untuk membentuk suatu kebijakan. Dengan menaruh fokus pada strategi pemerintah Thailand dalam menjalankan kebijakan diplomasi komersial di masa pandemi Covid-19, maka penelitian ini berusaha untuk menjawab sekaligus menjelaskan dasar rasional atas terbentuknya kebijakan tersebut. Adapun konsep dan teori yang dimaksudkan penulis untuk digunakan dalam penelitian ini diantaranya adalah konsep organisasi internasional, konsep diplomasi komersial dan konsep *cost and benefit*.

Pertimbangan atas penggunaan konsep di atas terutama *cost and benefit analysis* didasari pada keterhubungan yang erat di antara premis bahwa negara merupakan aktor yang bersifat rasional dengan organisasi internasional sebagai alat untuk mencapai tujuan-tujuan yang bersifat rasional tersebut. Sebagai alat yang ditujukan untuk mencapai tujuan rasional, dalam hal ini negara sebagai unit pembuat kebijakan (*policy making unit*) memiliki pertimbangan akan pendefinisian permasalahan atau ancaman yang dihadapinya (Alamsyah et al., 2021). Sehingga

akan ada 2 (dua) aspek penting dalam penelitian ini yakni mengenai bagaimana negara mendefinisikan tujuan, beserta bagaimana negara mendefinisikan masalah. Menimbang studi kasus kebijakan diplomasi komersial Thailand di tengah pandemi Covid-19, terdapat dua masalah yang timbul yakni disrupsi ekonomi dan kesehatan masyarakat. Sehingga tujuan dari Thailand termanifestasi melalui kedua permasalahan tersebut.

Selanjutnya penulis melihat bahwa konsep organisasi internasional menjelaskan secara garis besar pengetahuan terkait pengaruh eksistensi organisasi internasional dan bagaimana sistemnya dapat berjalan dalam skala lintas negara. Penulis kemudian meyakini bahwa penggunaan konsep diplomasi komersial dalam penelitian ini adalah sebagai cara untuk mengkategorisasi kebijakan yang dijalankan oleh pemerintah Thailand ke dalam bentuk yang lebih umum alih-alih menjelaskan skala kebijakan pada tataran yang lebih spesifik. Kemudian dilanjutkan dengan penggunaan konsep *cost and benefit* sebagai alat ukur kesuksesan dari model diplomasi yang dijalankan sehingga dampak dan hasilnya dapat diidentifikasi secara empiris.

1.6.1 Organisasi Internasional

Organisasi internasional merupakan istilah dalam hubungan internasional yang menunjukkan kerjasama oleh beberapa negara yang dibentuk dalam suatu gerakan organisasi yang tujuannya bersifat umum dan khusus, dengan ruang lingkup keanggotaan yang bersifat global maupun regional. Organisasi internasional dapat melakukan kerjasama yang disesuaikan terhadap kondisi negara. Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) merupakan organisasi internasional

yang paling besar selama perkembangan sejarah kerjasama dalam berbagai sektor lingkup internasional. Kehadiran PBB adalah sebagai pemelihara perdamaian dan keamanan internasional, menjalin hubungan hingga mencapai kerjasama internasional di berbagai bidang (Anisa, 2014).

Organisasi internasional yang disampaikan oleh Teuku May Rudy dalam bukunya yang berjudul “Administrasi dan Organisasi Internasional” menyampaikan bahwa Organisasi Internasional merupakan pola kajian bersama yang melintasi batas negara dengan landasan struktur organisasi yang jelas dan lengkap, serta diharapkan untuk menjalankan fungsinya secara berkesinambungan agar mengusahakan pencapaian tujuan-tujuan yang diperlukan bersama. Teuku May Rudy menyebutkan bahwa peran dari Organisasi Internasional adalah sebagai wadah atau forum untuk menggalang Kerja sama untuk mengurangi konflik antar anggota. Selain dari peran, Adapun fungsi dari Organisasi Internasional adalah (Rudy, 1998):

1. Sebagai tempat berhimpun bagi negara-negara anggota dan bagi kelompok masyarakat atau LSM jika masuk kategori non-pemerintah;
2. Menyusun dan merumuskan agenda bersama yang menyangkut kepentingan anggota, memprakarsai perundingan, dan menghasilkan perjanjian internasional;
3. Menyusun dan menghasilkan kesepakatan mengenai rezim internasional;
4. Menyediakan saluran untuk berkomunikasi antara sesama anggota, merintis komunikasi dengan sesama anggota, non anggota dan Organisasi Internasional lainnya;

5. Menyebarluaskan informasi yang bisa dimanfaatkan oleh sesama anggota.

PBB sebagai organisasi induk memiliki World Tourism Organization (Organisasi Pariwisata Dunia) sebagai Organisasi Internasional yang dikhususkan untuk memegang tanggungjawab atas promosi, keberlanjutan, dan akses pariwisata di dunia (UNWTO, 2022). Kehadiran pandemi Covid-19 membuat sektor pariwisata berada di keadaan yang tidak stabil dan mengalami masa krisis. Khususnya negara di kawasan Asia Pasifik yang mengalami efeknya terlebih dahulu dibandingkan kawasan lain sehingga dilanda kesulitan untuk mengendalikan sektor pariwisatanya. Menurut penelitian tahunan oleh WTO dan GTERC (World Tourism Organization dan Global Tourism Economy Research Centre) Tercatat adanya penurunan angka wisatawan hingga 72 persen di periode 6 bulan awal 2020 pasca kehadiran pandemi Covid-19 (World Tourism Organization and Global Tourism Economy Research Centre, 2020).

Di tengah ketidakpastian ujung dari pandemi Covid-19, WTO dan GTERC mengeluarkan penelitiannya yang diharapkan dapat menjadi pedoman bagi negara-negara di kawasan Asia Pasifik untuk dapat memulihkan sektor pariwisatanya di masa pandemi covid-19 dan menghadapi masa krisis yang mengancam perkembangan berkelanjutan atau Sustainable Development Goals. Panduan pemulihan pariwisata yang dimaksudkan oleh WTO adalah sebuah upaya untuk terus menguatkan sektor pariwisata ditengah situasi yang tidak pasti, dengan menekankan tanggungjawab yang berkelanjutan. Fokus utamanya terletak di dukungan bisnis, lapangan pekerjaan, dan penerapan ketat protokol Kesehatan.

Melalui fenomena terjadinya pandemi Covid-19, negara-negara di kawasan Asia dapat melihat periode ini sebagai waktu untuk membangun kesempatan, menjalankan kolaborasi antara pemerintah dan sektor swasta, untuk mengatasi tantangan bersama dan melalui masa krisis. Situasi tersebut diharapkan dapat menciptakan kesempatan baru atau “reset” bagi pelaku usaha di sektor pariwisata untuk meningkatkan mutu dan kualitasnya, hingga mampu menghadapi tantangan dalam sektor pariwisata. Selain menciptakan kebiasaan new normal, dan memberi efek reset, pemulihan pariwisata ini juga akan memberi dampak kemampuan untuk bertahan serta beradaptasi bagi sektor pariwisata dari kemungkinan pandemi di masa yang akan datang (UNWTO, 2022: 43).

1.6.2 Konsep Diplomasi Komersial

Digunakannya konsep diplomasi komersial dalam penelitian ini adalah sebagai cara untuk mengetahui dan menjelaskan bentuk kebijakan yang dihasilkan serta dijalankan oleh Thailand setelah melalui pengaruh organisasi internasional dan proses pembuatan keputusan. Diplomasi merupakan sebuah cara yang ditempuh untuk mencapai level tertentu dengan membawa kepentingan negara. Tujuan utama dari diplomasi itu sendiri adalah untuk menciptakan kesejahteraan bagi masyarakat dunia. Maka dari itu, sebuah aksi disebut sebagai upaya diplomasi ketika ada masalah yang ingin diatasi ataupun tujuan tertentu yang ingin diraih. Terdapat dua jenis diplomasi yakni diplomasi tradisional dan diplomasi modern. Diplomasi tradisional secara garis besar dilakukan oleh aktor kenegaraan dengan protokol resmi (Sharp, 2009: 17). Di sisi lain, diplomasi modern merupakan jenis diplomasi yang sudah berkembang dari jenis tradisional,

sehingga para aktor yang terlibat jauh lebih variatif (Barston, 2014: 288). Dalam perkembangannya, hadir sembilan *multitrack diplomacy* yang terdiri dari berbagai sektor dan pelaku:

1. *Government*: Peran pemerintah dalam menjalankan diplomasi sangat krusial sebab mereka memiliki kekuasaan tinggi dalam tata negara.
2. *Non Government Organization*: Para NGO memiliki peran yang tidak kalah penting dalam melakukan diplomasi, keterlibatan mereka dapat melancarkan alur berjalannya suatu upaya diplomasi.
3. *Business*: Ketika terjadi sebuah diplomasi kesepakatan atau perjanjian dagang dalam tingkat bilateral hingga multilateral, para pelaku bisnis turut memainkan peran penting dalam keberlangsungannya.
4. *Private Citizen*: Golongan ini merupakan masyarakat di luar forum resmi, yang bergerak dengan pendekatan informal dan juga dapat menjalankan upaya diplomasi.
5. *Researcher*: Kalangan peneliti memiliki peran untuk menganalisis hingga mengkaji suatu penelitian yang diperlukan untuk mendukung keberlangsungan diplomasi.
6. *Activist*: Mereka memberikan suara dukungan yang secara aktif berkontribusi dalam kegiatan diplomasi.
7. *Fund Raising*: Badan penggalangan dana dapat membantu untuk menjadi jembatan diplomasi.
8. Tokoh Agama: Peran tokoh agama penting untuk menyelesaikan konflik yang secara khusus berkaitan dengan persoalan agama.

9. *Communication and Media*: Peran media tidak pernah bisa diremehkan sebab mereka dapat membentuk opini publik. Pembentukan informasi yang disampaikan oleh media dapat menghubungkan berbagai pihak, hingga melancarkan upaya diplomasi (Moore, 2014).

Peran media tidak pernah bisa diremehkan sebab mereka dapat membentuk opini publik. Pembentukan informasi yang disampaikan oleh media dapat menghubungkan berbagai pihak, hingga melancarkan upaya diplomasi (Barston, 2014: 114-119).

Adapun kehadiran bentuk diplomasi baru atau “new diplomacy” yang disampaikan oleh Shirin Reuvers dalam tesisnya sebagai sebuah bentuk diplomasi baru yang lahir dari efek globalisasi. Diplomasi baru tersebut adalah diplomasi komersial, yang membuktikan bahwa kebutuhan inovasi dalam bentuk diplomasi sangatlah diperlukan. Diplomasi komersial hadir untuk menjembatani kebutuhan pemerintah suatu negara dan pelaku sektor usaha untuk menembus batasan-batasan negara akibat globalisasi (Reuvers dan Ruël, 2012). Ketika pemerintah memiliki tujuan untuk mendukung sektor bisnis nasionalnya dan mempromosikannya hingga ke luar negara, hal tersebut akan menghasilkan lapangan pekerjaan, pemasukan pajak, hingga kestabilan ekonomi. Diplomasi komersial erat kaitannya dengan keberlangsungan sektor bisnis, mereka disatukan dibawah tujuan yang sama, yakni untuk “pengembangan bisnis” (Naray, 2010: 121).

Diplomasi komersial merupakan diplomasi yang memanfaatkan sektor komersial sebagai Langkah untuk mencapai kepentingan negara. Diplomasi

komersial merupakan kegiatan yang dilakukan oleh perwakilan negara dalam pandangan promosi bisnis untuk mendorong perkembangan bisnis melalui promosi dan fasilitas. Diplomasi komersial merupakan sebuah bentuk diplomasi baru yang signifikansi dampaknya dapat dirasakan oleh negara untuk kepentingan branding hingga advokasi (Reuvers and Ruël, 2012: 15). Dalam penggunaan ungkapan “Diplomasi Komersial”, hal tersebut mencakup diplomasi ekonomi dan juga komersial, kegiatan diplomatik untuk menunjang aktivitas komersial, serta untuk menghasilkan luaran berupa stabilitas ekonomi negara (Lee, 2004: 51).

Terdapat tiga tingkatan kelompok yang nantinya akan dibagi sesuai peran, aksi hingga manfaatnya. Kelompok tersebut adalah kebijakan nasional, organisasi, dan individu. Terakhir, adalah pihak yang mengurus diplomasi komersial dan mengendalikan keberlangsungannya, yakni pihak kementerian luar negeri (Potter, 2004: 55-60). Dalam diplomasi komersial, para kelompok yang disebut sebagai “drivers” adalah pelaku yang kaitannya sangat erat satu sama lain. Kebijakan nasional, disebut sebagai sumber awal kendali yang dimiliki oleh tuan rumah dan organisasi akan berperan sebagai pelaku kegiatan diplomatik komersial, hingga kelompok individu disebut sebagai diplomat yang menjadi karakter komersial negara. Kampanye yang dilakukan sebagai bagian dari diplomasi komersial mencakup: 1) promosi produk dan jasa; 2) partisipasi dalam acara promosi dagang; 3) menarik minat investor asing; 4) mengumpulkan data ekspor; 5) promosi aktivitas pariwisata; dan 6) kampanye kesadaran.

Dalam *output* atau hasilnya, diplomasi komersial memiliki berbagai manfaat yang diharapkan dapat mendukung stabilitas ekonomi negara. Maka dari

itu, diplomasi komersial merupakan sebuah langkah yang dapat ditempuh negara untuk mendatangkan manfaat dalam suatu situasi, yang dalam hal ini adalah pandemi Covid-19. Manfaat tersebut bisa hadir dalam bentuk seperti terbukanya lapangan pekerjaan, peningkatan pajak, peningkatan pelayanan sektor bisnis, peningkatan dagang, jaringan diplomasi komersial hingga reputasi negara (Reuvers dan Ruël, 2012: 13).

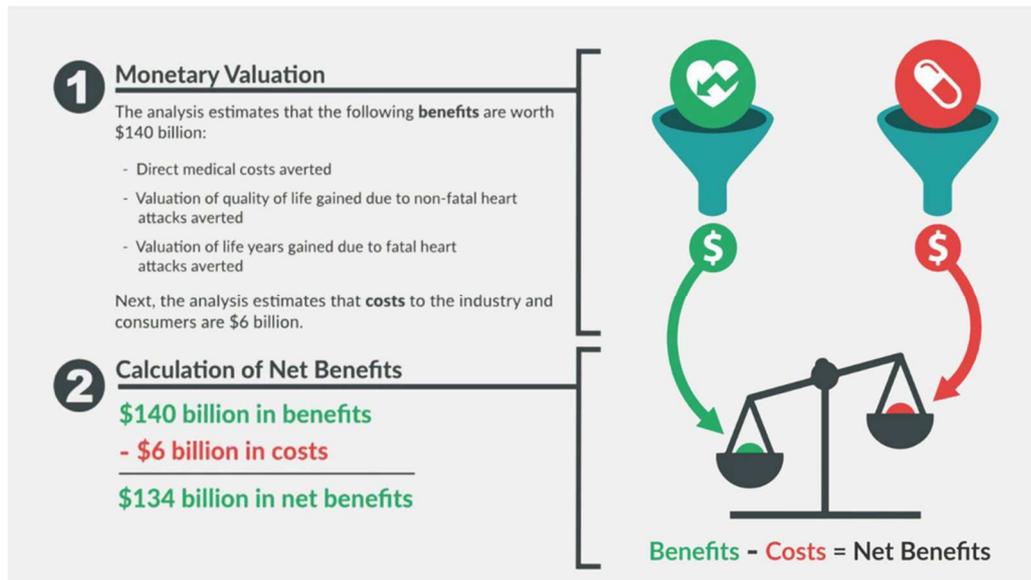
1.6.3 Cost and Benefit

Penggunaan konsep cost and benefit dalam penelitian ini adalah agar dapat mengukur estimasi keuntungan yang dihasilkan Thailand atas upaya diplomasi yang dijalankan. Diplomasi komersial yang dilakukan Thailand akan dikaji dengan mengukur jumlah pengeluaran keuangan yang dikeluarkan (*cost*) dan target keuntungan yang ingin dicapai dari segi angka dan jumlah, seperti angka peningkatan wisatawan, meningkatnya pendapatan sektor wisata (*benefit*).

Melihat fenomena pandemi Covid-19, pemerintah negara menyiapkan skenario kebijakan untuk menangani kejadian dengan tingkatan daya rusak paling buruk (*worst-case scenarios*). Melalui situasi pandemi Covid-19, dapat dilihat bahwa negara menyadari kapasitas adaptasinya jauh lebih berkembang daripada risiko yang datang (McConalogue, 2021). Dalam konsep cost and benefit, biaya yang dimaksud merupakan suatu tolak ukur dalam makna uang. Biaya yang dikeluarkan dalam suatu program kemudian menjadi bahan awal untuk diukur manfaat dengan hasilnya (*benefit*). Adapun makna dari hasil yang didapatkan setelah mengeluarkan sejumlah biaya, yakni terbagi menjadi berwujud dan tidak berwujud (*tangible and intangible*) (Centers for Disease Control and Prevention,

2021).

Gambar 1. 1
Cost-Benefit Analysis



Sumber: Center for Disease Control and Prevention, 2021

Infografis di atas merupakan contoh yang dibuat oleh Center for Disease Control and Prevention yang merupakan kantor bagian dari U.S. Department of Health & Human Services yang bertugas untuk mengevaluasi kebijakan kantor Amerika Serikat. Dalam Infografis tersebut dapat dilihat bahwa adanya valuasi keuangan yang menjadi tolak ukur bahwa program yang dijalankan membawa manfaat sebesar 4,9 triliun Baht setelah dipotong dari biaya awal 220 miliar Baht. Makna dari *net-benefit* ini kemudian mengindikasikan bahwa terjadi valuasi manfaat yang lebih besar daripada modal awal yang telah dikeluarkan sehingga ilustrasinya menunjukkan timbangan di sisi manfaat lebih berat daripada timbangan biaya yang dikeluarkan.

Dalam infografis tersebut juga dapat dilihat bahwa hasil dari biaya yang

dikeluarkan tidak hanya berbentuk sesuatu yang berwujud (*tangible*). Selain dari manfaat 4,9 triliun Baht yang didapatkan dari peningkatan sektor kesehatan, terdapat juga manfaat yang tidak berwujud langsung secara uang, namun manfaat yang dapat dirasakan oleh masyarakat, seperti meningkatkannya kualitas hidup dan ekspansi usia hidup karena terhindar dari serangan jantung. Contoh dari sektor kesehatan ini dapat dibandingkan secara langsung dengan sektor pariwisata dalam cara analisis biaya dan manfaatnya. Penulis akan menggunakan konsep ini untuk kemudian mengukur manfaat yang didapatkan negara Thailand setelah mengeluarkan sejumlah biaya dalam peningkatan sektor pariwisatanya di masa pandemi Covid-19.

Adapun turunan dari penggunaan konsep biaya-manfaat (*cost-benefit*) yakni untuk mengukur manfaat yang tidak berbentuk valuasi uang secara langsung (*intangible*). Sehingga aspek *intangible* ini akan dianalisis dengan konsep model pengambilan keputusan oleh Richard Snyder (Snyder, Bruck dan Sapin, 2002). Disebutkan oleh Snyder bahwa cara negara bertindak terhadap dunia dipupuk oleh bagaimana fungsi sosial di dalam negaranya berjalan, karakter, kebiasaan orang-orangnya, hingga tempat tinggal mereka (Tunggal et al., 2021).

1.6.4 Alur Pemikiran

Dengan mempertimbangkan kerangka pemikiran seperti yang telah dijelaskan di atas, maka dapat disusun bagan alur pemikiran yang mencakup latar belakang masalah, rumusan masalah, dan kerangka pemikiran sebagai berikut:

Gambar 1. 2
Bagan Alur Pemikiran



1.7 Definisi Konseptual

1.7.1 Organisasi Internasional

Organisasi Internasional merupakan sebuah bentuk kerjasama yang dijalin oleh beberapa negara, dengan ujuan bersifat umum dan khusus serta ruang lingkup bersifat global dan regional. Kehadiran organisasi internasional diharapkan dapat menjalankan fungsinya untuk mengusahakan pencapaian atas tujuan-tujuan yang diperlukan bersama. Organisasi Internasional juga merupakan wadah yang berperan untuk mengurangi konflik antar anggota (Rudy, 1998).

1.7.2 Diplomasi Komersial

Diplomasi komersial merupakan cara negara untuk mempromosikan tujuannya untuk mendapat profit sembari menyebarkan nilai yang dimiliki. Nilai yang dimaksudkan oleh diplomasi komersial serta kaitannya dengan penelitian ini adalah potensi perdagangan internasional dan pengembangan pariwisata. Melalui diplomasi komersial, negara akan mendapatkan keuntungan ekonomi dengan cara menjalin hubungan eksternal melalui kebijakan luar negerinya (Reuvers dan Ruël, 2012).

1.7.3 *Cost and Benefit*

Proses analisis *cost and benefit* atau biaya dan manfaat merupakan sebuah cara untuk mengukur keberhasilan suatu proses yang dimana hasilnya terlihat maupun tidak terlihat secara konkrit. Proses analisis ini memberikan pandangan akan tingkat keberhasilan dari upaya-upaya yang disusun dan dijalankan, sehingga dapat dilihat jika hasilnya sesuai dengan perencanaan atau mendatangkan kerugian (Song et al., 2018).

1.8 Definisi Operasional

1.8.1 Organisasi Internasional

Organisasi internasional merupakan wadah kerjasama yang diharapkan dapat mewujudkan berbagai tujuan di lingkup internasional. Dalam kaitannya dengan penelitian ini penulis berfokus pada pengaruh organisasi internasional bidang pariwisata yang mendatangkan manfaat bagi negara untuk mewujudkan pemulihan pariwisata di era pandemi Covid-19. Pengaruh organisasi internasional dalam peningkatan pariwisata di era pandemi dapat diketahui dengan melihat dua tahapan definitif.

Dalam hal dua tahapan untuk mengetahui pengaruh organisasi internasional perlu diketahui bagaimana sistem dan metode organisasi internasional bidang pariwisata dalam membantu negara mewujudkan peningkatan pariwisata di era pandemi Covid-19. Setelah mengetahui sistem komunikasi antara organisasi internasional dengan negara, perlu diketahui bagaimana organisasi internasional dapat mengupayakan tujuan bersama dengan negara melalui pertimbangan dan penyesuaian.

1.8.2 Diplomasi Komersial

Diplomasi komersial merupakan sebuah strategi diplomasi yang dilakukan untuk mencapai tujuan ekonomi sembari menjalin hubungan dengan berbagai pihak. Dalam penelitian ini, Thailand melakukan strategi diplomasi yang kemudian akan diteliti sebagai diplomasi komersial, maka dari itu dibutuhkan pendefinisian operasional yang diperuntukan dalam proses analisis data yang lebih spesifik. Melalui pengertian konseptual yang telah dijelaskan,

diplomasi komersial memiliki pengertian operasional yang diantaranya sebagai berikut: 1) bagaimana strategi diplomasi komersial yang digunakan oleh Thailand; 2) kegiatan diplomasi komersial pemerintah Thailand melalui berbagai kebijakan yang dijalankan sebagai upaya peningkatan pariwisata; dan 3) pihak yang bekerjasama, terlibat, dan terkena dampak dari kebijakan diplomasi komersial pemerintah Thailand di era pandemi Covid-19.

1.8.3 Cost and Benefit

Penggunaan konsep ini adalah untuk mengukur tingkat keberhasilan dari diplomasi komersial yang dijalankan oleh Thailand yang merupakan bentuk upaya untuk mendapatkan keuntungan yang diinginkan. Sebagaimana telah dijelaskan dalam definisi konseptual, perlu adanya pendefinisian operasional atas konsep *cost and benefit*. Penjelasan definitif atas operasionalisasi konsep *cost and benefit* direpresentasikan melalui pertanyaan-pertanyaan berikut untuk memperkuat penelitian ini: 1) bagaimana penghasilan yang dicapai oleh Thailand setelah menjalankan kegiatan bagian dari diplomasi komersial; 2) apakah pendapatan tersebut sesuai dengan target awal yang ingin dicapai oleh pihak pemerintah Thailand; dan 3) selain data berbentuk data, apakah ada tolak ukur lain yang dapat menyimpulkan tingkat keberhasilan diplomasi komersial yang dijalankan oleh Thailand?

1.9 Argumen Penelitian

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, dan kerangka konseptual yang telah disampaikan, penulis berargumen bahwa hadirnya pandemi merupakan suatu kondisi yang mendesak pemerintah Thailand untuk menyelamatkan sektor

pariwisatanya. Mengacu pada panduan pemulihan sektor pariwisata oleh UNWTO selaku organisasi internasional, cara mengatasi pandemi disesuaikan dengan kebijakan pemerintah masing-masing negara khususnya dalam penelitian ini kawasan Asia Pasifik. Pemerintah Thailand berperan sebagai pihak pembuat kebijakan melalui proses perumusannya melihat berbagai faktor pertimbangan hingga preferensi negara di tengah situasi pandemi Covid-19. Maka dari itu, penulis meyakini bahwa kebijakan-kebijakan Thailand di tengah pandemi merupakan sebuah model strategi diplomasi. Strategi tersebut dijalankan oleh pemerintah negara untuk mendapatkan berbagai manfaat dalam peningkatan sektor pariwisata hingga perekonomian Thailand.

1.10 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan melihat makna dari sebuah fenomena melalui proses pemahaman yang mendalam. Penelitian kualitatif cenderung menggunakan pemahaman dari substansi dengan dukungan fakta-fakta yang dikemukakan, hingga gejala sosial lain yang saling bersinggungan. Tujuan dari penggunaan metode kualitatif dalam penelitian ini adalah untuk menyampaikan pemahaman mendalam atas suatu kondisi yang dideskripsikan secara merinci serta menyampaikan situasi yang sebenarnya terjadi (Creswell dan Poth, 2017). Melalui penggunaan metode kualitatif, penulis dapat melakukan penelitian dengan memahami fenomena yang terjadi lewat proses pengumpulan data dan menganalisisnya dengan konsep yang dikehendaki.

1.10.1 Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan sifat eksplanatif untuk menjelaskan faktor kausal dalam sebuah fenomena yang terjadi. Maka dari itu, penelitian ini dilakukan dengan pola deduktif yang berawal dari premis umum untuk melihat hubungan yang terjalin antar negara dengan aktor lain yang turut terlibat dalam prosesnya (Yin, 2009).

1.10.2 Situs Penelitian

Situs penelitian merupakan tempat dimana peneliti mendapatkan informasi yang berkaitan dengan data penelitian yang dilakukan. Situs penelitian adalah tempat dimana penelitian akan dilakukan yang berdasarkan pertimbangan kemenarikan, keunikan, serta kesesuaian dengan topik penelitian. Melalui situs penelitian, diharapkan peneliti dapat menemukan hal yang bermakna bagi penelitiannya (Knott et al., 2015). Berdasarkan pertimbangan situs penelitian, penulis memilih wilayah Bangkok di Thailand sebagai situs penelitian. Hal tersebut dikarenakan fokus penelitian ini adalah mengkaji bagaimana strategi yang dijalankan oleh pemerintah Thailand dalam meningkatkan pariwisatanya.

1.10.3 Subjek Penelitian

Subjek Penelitian merupakan sumber yang dapat mendatangkan informasi yang bermanfaat bagi penelitian yang dilakukan (Elvinaro, 2010). Subjek penelitian ini merupakan pihak pembuat kebijakan pemerintah Thailand, para pelaku usaha sektor pariwisata, hingga partisipan dalam acara promosi pariwisata yang dilakukan oleh Thailand.

1.10.4 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer dalam penelitian ini diambil sumber resmi yang berhubungan dengan pihak terkait topik penelitian. Data sekunder diambil dari tulisan atau penelitian lanjutan mengenai isu terkait (Suharsimi & Arikunto, 2010).

1.10.5 Sumber Data

Sebuah penelitian membutuhkan sumber data sebagai bagian penting yang harus berdasarkan akurasi informasi dan juga validitasnya. Sumber data yang digunakan dalam jenis penelitian kualitatif merupakan narasumber, arsip, dokumen, bentuk kegiatan, hingga lokasi peristiwa, rekaman ataupun gambar (Nugrahani, 2014: 110). Dalam penelitian ini, sumber data terbagi ke dalam dua jenis yakni data primer dan sekunder.

Data primer merupakan bentuk sumber data yang didapatkan dari pihak narasumber secara langsung (Nugrahani, 2014: 112). Penulis akan melakukan wawancara dengan narasumber terkait kebijakan yang dilakukan oleh pemerintah Thailand dalam sektor pariwisata yakni Maevadi Rosenfeldt selaku ketua hubungan masyarakat dan promosi di Tourism Authority of Thailand dan juga melakukan interview dengan Steven Saxon selaku penasihat pariwisata dan logistik di perusahaan konsultan McKinsey.

Sedangkan data sekunder merupakan data yang berperan sebagai tambahan untuk melengkapi data primer, apabila data yang dibutuhkan tidak dapat ditemukan pada data utama. Data sekunder dapat berupa data yang didapat

dari sumber milik orang lain seperti buku, dokumen, gambar hingga foto (Nugrahani, 2014:114). Jika tidak ada kendala selama penelitian berlangsung, penulis akan melakukan penelitian dengan menjangkau langsung lokasi penelitian di Thailand dengan magang melalui Kedutaan Besar Republik Indonesia di Thailand. Melalui program magang tersebut, penulis akan langsung mengutip sumber data dengan studi kepustakaan melalui media resmi atau publikasi di tempat resmi yang berkaitan langsung dengan pemerintah Thailand.

1.10.6 Teknik Pengumpulan Data

Sumber data yang tersedia disesuaikan dengan waktu, kondisi dan pertimbangan lainnya agar dapat menjadi penentu dalam keberlangsungan penelitian. Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data dilalui dengan cara pengamatan, wawancara hingga dokumentasi yang juga mempertimbangkan tempat, aktor dan kegiatan (Nugrahani, 2014: 114).

Teknik yang menjadi cara pengumpulan data penulis adalah melalui wawancara, pengamatan dan juga dokumentasi. Teknik wawancara yang merupakan data primer penelitian ini didapatkan oleh penulis dengan melakukan percakapan dengan narasumber terkait. Adapun Teknik pengamatan dan dokumentasi yang didapatkan melalui pengumpulan data relevan dari internet seperti jurnal, buku, berita hingga laporan resmi terkait penelitian.

1.10.7 Teknik Analisis dan Interpretasi Data

Analisis dan interpretasi data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis yang dikembangkan oleh Strauss dan Corbin yaitu *open coding*. Melalui metode *opencoding*, penulis akan menganalisis data kualitatif dengan

mengamati data dan fakta-fakta yang dikemukakan dalam penemuan. Dalam penggunaan metode open coding atau pengkodean terbuka, analisis data dilakukan melalui cara penguraian, pemeriksaan, perbandingan, konsep, hingga kategorisasi dari data yang ditemukan seperti hasil wawancara, pengamatan dan dokumentasi sehingga didapatkan hasil yang dibutuhkan (Corbin dan Strauss, 2015: 5).