



---

---

## **TREND PANGSA PASAR WISATAWAN KOREA SELATAN KE BALI**

Fatrisia Yulianie

Institut Pariwisata dan Bisnis Internasional

Email: [fatrisia@ipb-intl.ac.id](mailto:fatrisia@ipb-intl.ac.id)

### **ABSTRACT**

*This study examines the trend of the South Korean tourist market to Bali before and after the COVID-19 pandemic.. Bali has consistently remained a leading international tourist destination, especially among travelers from South Korea, attracted by its scenic landscapes, rich cultural heritage, and reputation as a favored honeymoon location. This article aims to examine the shifts in visitation patterns, tourist characteristics, and supporting factors influencing the growth of South Korean tourist arrivals to Bali in the post-pandemic period. This study adopts a descriptive qualitative approach based on secondary data sourced from official statistical records,, government reports, academic literature, and credible online media sources. The findings indicate that despite a sharp decline in tourist arrivals during the pandemic, South Korean visits to Bali have shown a significant recovery and upward trend following the reopening of international travel. Factors such as improved flight accessibility, bilateral cooperation between Indonesia and South Korea, tourism promotion through Korean popular culture, and the strong preference for honeymoon and cultural tourism contribute to this growth. This research adds value to tourism scholarship by offering an analysis of market dynamics and strategic efforts aimed at reinforcing South Korea's role as one of Bali's priority tourism markets. The findings emphasize the need for sustainable partnerships and focused promotional strategies to support the continuity and growth of future tourist visits.*

**Keywords :** *South Korean tourists, tourism market trends, Bali tourism, post-pandemic tourism, international tourism*

---

### **ABSTRAK**

Penelitian ini membahas tren pangsa pasar wisatawan Korea Selatan ke Bali sebelum dan setelah pandemi COVID-19. Bali sejak lama dikenal sebagai destinasi wisata internasional favorit, khususnya bagi wisatawan Korea Selatan, karena keindahan alam, daya tarik budaya, serta citranya sebagai destinasi bulan madu. Tujuan penulisan artikel ini adalah untuk menganalisis perkembangan tren kunjungan, karakteristik wisatawan, serta faktor-faktor pendukung yang memengaruhi peningkatan kunjungan wisatawan Korea Selatan ke Bali pada masa pascapandemi. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan memanfaatkan data sekunder yang bersumber dari statistik resmi, laporan pemerintah, kajian pustaka, serta media daring yang kredibel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun terjadi penurunan drastis selama pandemi, arus kedatangan wisatawan dari Korea Selatan ke Bali memperlihatkan proses pemulihan yang signifikan serta menunjukkan tren peningkatan setelah dibukanya kembali perjalanan internasional. Faktor pendukung utama meliputi kemudahan akses penerbangan, kerja sama bilateral Indonesia–Korea

Selatan, promosi pariwisata melalui budaya populer Korea, serta tingginya minat terhadap wisata bulan madu dan budaya. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam kajian pariwisata dengan menyajikan gambaran tren pasar dan strategi penguatan wisatawan Korea Selatan sebagai pasar potensial bagi Bali. Hasil penelitian menegaskan pentingnya kerja sama berkelanjutan dan strategi promosi yang tepat sasaran untuk menjaga dan meningkatkan kunjungan wisatawan di masa mendatang.

**Kata Kunci : Wisatawan Korea Selatan, tren pasar pariwisata, pariwisata Bali, pariwisata pascapandemi, pariwisata internasional**

## **PENDAHULUAN**

Bali menjadi salah satu tujuan pariwisata yang menarik minat kunjungan wisatawan, baik dari dalam negeri maupun luar negeri. Tidak hanya kaya akan alamnya, Bali juga memiliki potensi budaya yang unik dan menarik untuk dikunjungi. Selain itu, Bali adalah destinasi pariwisata impian semua orang. Maka tidak heran jika Bali dinobatkan sebagai

"The Best Island" do Asia-Pasifik versi DestinAsian ([kemenpar.go.id](http://kemenpar.go.id), 8 Maret 2025); meraih predikat Destinasi Terbaik Dunia ([Balipost.com](http://Balipost.com), 19 Januari 2026); bahkan pada tahun 2026 Bali kembali dinobatkan sebagai destinasi terbaik dunia versi TripAdvisor ([Karanganyar News](http://Karanganyar News), 27 Januari 2026).

Setelah terjadinya pandemi Covid-19, pergerakan pariwisata dunia mengalami perubahan trend. Trend tersebut berupa manajemen krisis yang terkoordinasi dan transparan, motivasi berwisata mejadi lebih kuat daripada rasa takut, dan pentingnya fleksibilita, digitalisasim dan peran agen perjalanan (Aldao et al, 2025). Krisis kesehatan mengubah pola dan preferensi perjalanan, bukan menghilangkan keinginan berwisata (Ren et al, 2022). Sikap positif terhadap wellness tourism memiliki pengaruh langsung dan kuat terhadap niat berperilaku dalam perjalanan (Zhou et al, 2023).

Keberhasilan semua trend ini diperlukan sistem kompleks yang

berpusat pada manusiam teknologi dan kolaborasi (Agarwal, et al, 2024). Salah satu kolaborasi tersebut dilakukan melalui adanya drama Korea yang merupakan alat soft power dalam pemasaran budaya yang kuat, mampu membentuk citra negara, mempengaruhi perilaku konsumendan mendorong minat berwisata (Titania et al, 2022). Selain itu, adanya Korean Wave (Hallyu) berperan sangat kuat dalam membentuk persepsi positif kaum muda Indonesia terhadap Korea Selatan, terutama melalui media hiburanm dan berfungsi sebagai instrumen soft power serta diplomasi publik yang efektif di bidang pariwisata antara Indonesia - Korea Selatan (Oktaviani, et al, 2021).

Salah satu negara pengirim wisatawan mancanegara ke Bali adalah Korea Selatan. Mengacu pada data yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik Provinsi Bali pada tahun 2019, berjumlah 213.356 wisatawan. Dampak merebaknya Covid-19 pada tahun 2020 mengakibatkan berkurangnya kedatangan wisatawan Korea Selatan ke Bali turun menjadi 42.856 wisatawan. Bahkan pada tahun 2021 tidak ada kunjungan wisatawan sama sekali, untuk mencegah penyebaran virus Covid-19 yang melanda dunia. Kembali pada tahun 2022, pintu penerbangan dibuka dan jumlah kunjungan wisatawan menjadi 63.353 wisatawan. Tahun 2023 meningkat menjadi 226.789 wisatawan. Tahun 2024

berjumlah 294.024 (BPS Provinsi Bali., 7 Mei 2025).

Kedatangan wisatawan asal Korea Selatan ke Bali pada tahun 2025 diperbaharui setiap bulannya. Pada bulan Januari berjumlah 47.814 wisatawan; Februari berjumlah 39.362 wisatawan; Maret berjumlah 27.278 wisatawan; April 33.281 wisatawan; Mei 38.581 wisatawan; Juni 41.529 wisatawan; Juli 54.261 wisatawan; Agustus 49.382 wisatawan; September 41.605 wisatawan; Oktober 46.778 wisatawan; November 38.153 wisatawan; dan Desember 38.838 wisatawan. Jika dijumlahkan, total kunjungan wisatawan Korea Selatan ke Bali berjumlah 496.862 wisatawan. Angka tersebut tercatat hampir meningkat dua kali dibandingkan dengan jumlah kunjungan pada tahun sebelumnya (BPS Provinsi Bali, 3 Februari 2026).

Wisatawan asal Korea Selatan menjadi salah satu segmen pasar yang memiliki prospek penting bagi industri pariwisata di Bali. Berdasarkan data statistik, jumlah kedatangan wisatawan dari Korea Selatan ke Bali menunjukkan pola perubahan yang relatif tidak stabil dari tahun ke tahun. Wabah COVID-19 yang terjadi secara global pada tahun 2020 membawa konsekuensi serius bagi sektor pariwisata dunia, termasuk penurunan tajam arus kunjungan wisatawan internasional ke Bali. Namun demikian, setelah pelonggaran pembatasan perjalanan internasional, jumlah kunjungan wisatawan Korea Selatan ke Bali menunjukkan tren pemulihan yang signifikan. Adanya kunjungan wisatawan Korea Selatan ini memberikan peluang bagi pramuwisata Bali berbahasa Korea untuk tetap bertahan di industri pariwisata meskipun kunjungan wisatawan Korea

Selatan berfluktuasi (Yuniari et al, 2020).

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan kajian yang komprehensif mengenai tren pangsa pasar wisatawan Korea Selatan ke Bali sebelum dan setelah pandemi COVID-19. Kajian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai karakteristik wisatawan, perubahan pola kunjungan, serta faktor-faktor yang memengaruhi pemulihan pasar wisatawan Korea Selatan sebagai dasar dalam perumusan strategi pengembangan pariwisata yang berkelanjutan.

## **METODE**

Penelitian ini menerapkan metode kualitatif dengan rancangan deskriptif analitis. Pendekatan tersebut dipilih dengan pertimbangan bahwa mampu menjelaskan secara mendalam dinamika tren pangsa pasar wisatawan Korea Selatan ke Bali dalam konteks pariwisata budaya dan pascapandemi COVID-19. Penelitian tidak hanya mendeskripsikan fenomena, tetapi juga menganalisis keterkaitan antara karakteristik wisatawan, kebijakan pariwisata, serta strategi promosi yang memengaruhi perubahan tren kunjungan.

Data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari data sekunder yang dihimpun dari Badan Pusat Statistik Provinsi Bali., publikasi resmi kementerian dan lembaga pemerintah terkait pariwisata, laporan organisasi internasional, serta artikel jurnal ilmiah dan berita daring yang relevan. Pemilihan data dilakukan secara purposive dengan mempertimbangkan kredibilitas sumber, relevansi dengan topik penelitian, serta keterkinian data.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumentasi serta kajian pustaka. Data yang telah

dikumpulkan selanjutnya dianalisis dengan menggunakan metode analisis tematik. Proses analisis dilakukan melalui tahapan reduksi data, pengelompokan data ke dalam tema-tema utama, penyajian data secara sistematis, serta penarikan simpulan. Tema-tema analisis difokuskan pada: (1) karakteristik wisatawan Korea Selatan, (2) pergeseran pola kunjungan pada periode sebelum dan sesudah pandemi COVID-19, serta (3) kontribusi pariwisata berbasis budaya bersama kebijakan yang berguna untuk promosi dalam pemulihan pasar wisatawan.

Untuk meningkatkan validitas analisis, dilakukan triangulasi sumber dengan membandingkan data statistik, hasil penelitian terdahulu, dan informasi dari publikasi resmi pemerintah. Pendekatan analisis ini diharapkan dapat menghasilkan pemahaman yang menyeluruh serta didukung oleh argumentasi yang kuat mengenai tren pangsa pasar wisatawan Korea Selatan ke Bali, sehingga hasil penelitian relevan dengan fokus dan ruang lingkup

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Karakteristik Wisatawan Korea Selatan dalam Konteks Budaya Bali**

Sebagai salah satu pangsa pasar Asia untuk Indonesia, wisatawan Korea Selatan memiliki karakteristik tersendiri. Pengenalan karakteristik wisatawan ini berkaitan dengan perancangan produk wisata yang akan ditawarkan. Semakin kita memahami karakteristik wisatawan, semakin mudah kita melayani wisatawan tersebut. Karakteristik ini nanti juga akan mengarah pada trend pangsa pasar yang berlaku, khususnya trend pangsa pasar wisatawan Korea Selatan ke Bali.

Secara umum, wisatawan asal Korea Selatan didominasi oleh

kelompok usia produktif yang sebagian besar bekerja sebagai karyawan. Tujuan utama perjalanan mereka ke Bali mencakup kepentingan bisnis dan kegiatan rekreasi. Jenis produk pariwisata yang paling diminati meliputi keindahan alam, atraksi budaya, aktivitas relaksasi, wisata belanja cendera mata, serta kegiatan sightseeing. Dari sisi pola perjalanan, sekitar 60 persen wisatawan memilih menggunakan paket tur, sementara sisanya menyusun perjalanan secara mandiri. Sebagian besar kunjungan merupakan kunjungan pertama, sehingga keberadaan pemandu wisata yang mampu berkomunikasi dalam bahasa Korea menjadi kebutuhan penting. Periode kunjungan tertinggi terjadi pada musim liburan musim panas, khususnya pada bulan Juli hingga Agustus. Rata-rata lama tinggal wisatawan Korea Selatan di Bali tercatat selama 5,41 hari, dengan pengeluaran harian rata-rata sebesar US\$ 256,92 atau US\$ 1.389 (Indonesia DOKUMEN., 2007).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Madiun, dkk (2012), menyebutkan bahwa wisatawan asal Korea Selatan dapat dikategorikan sebagai tipe wisatawan *drifter*, yaitu pelancong yang cenderung mengunjungi destinasi yang belum banyak dikenal, bepergian dalam kelompok kecil, serta memiliki ketertarikan terhadap pengalaman wisata di lokasi-lokasi baru. Mereka menunjukkan minat yang tinggi terhadap pertunjukan budaya Bali yang khas, seperti tarian tradisional. Ketertarikan terhadap budaya lokal tersebut mendorong wisatawan Korea Selatan untuk turut berpartisipasi dalam berbagai aktivitas budaya masyarakat Bali. Selain wisata budaya, wisatawan ini juga memiliki minat besar terhadap kegiatan bahari, seperti *surfing*, *snorkeling*, dan *diving*. Aktivitas wisata

biasanya dimulai sejak pagi hari dengan melakukan olahraga air atau berjemur di pantai, kemudian dilanjutkan dengan kembali ke hotel untuk beristirahat sambil berinteraksi dengan masyarakat setempat. Pada malam hari, wisatawan Korea Selatan cenderung menghabiskan waktu bersantai dan bersosialisasi di bar, kafe, atau pub yang berada di sekitar area penginapan. Selain itu, kegiatan wisata alam seperti hiking juga menjadi salah satu aktivitas yang cukup diminati.. Wisatawan tersebut melakukan *hiking* di Ubud dan Kintamani. Wisatawan asal Korea Selatan tertarik pada keindahan alam Bali yang asri dan berudara sejuk, serta kondisi iklim tropis yang sangat kontras dengan cuaca di negara asal mereka. Selain itu, wisatawan Korea Selatan menunjukkan kepedulian yang cukup tinggi terhadap konsep ekowisata. Mereka cenderung menginginkan bentuk perjalanan yang bertanggung jawab dan meyakini bahwa penerapan prinsip ekowisata dalam pengembangan pariwisata dapat memberikan dampak positif bagi keberlanjutan Bali.

Wisatawan asal Korea Selatan yang melakukan kunjungan ke Bali umumnya berada pada kelompok usia produktif dan memiliki latar belakang pekerjaan sebagai pegawai atau profesional. Motivasi perjalanan tidak hanya didominasi oleh keinginan untuk berlibur, tetapi juga untuk memperoleh pengalaman budaya yang berbeda dari kehidupan sehari-hari di negara asalnya. Dalam konteks pariwisata budaya Bali, wisatawan Korea Selatan menunjukkan ketertarikan yang kuat terhadap atraksi budaya seperti seni pertunjukan tradisional, ritual keagamaan, serta lanskap budaya yang terintegrasi dengan kehidupan masyarakat lokal.

Karakteristik tersebut menunjukkan bahwa wisatawan Korea

Selatan tidak semata-mata berorientasi pada aktivitas rekreatif, melainkan juga pada pengalaman autentik yang memiliki nilai simbolik dan spiritual. Ketertarikan terhadap kegiatan seperti kunjungan ke pura, partisipasi dalam aktivitas budaya, serta interaksi dengan masyarakat lokal mencerminkan adanya pencarian makna (*meaningful tourism*) dalam perjalanan wisata mereka. Fenomena tersebut sesuai dengan prinsip pariwisata budaya yang menitikberatkan pada pengalaman, nilai, dan pemahaman lintas budaya.

### **Trend Pangsa Pasar Wisatawan Koran Selatan Ke Bali Setelah Pandemi Covid-19**

Pandemi COVID-19 berdampak besar terhadap pergerakan wisatawan mancanegara, termasuk arus kunjungan wisatawan asal Korea Selatan ke Bali. Penurunan kunjungan pada periode 2020–2021 tidak hanya disebabkan oleh pembatasan perjalanan, tetapi juga oleh meningkatnya persepsi risiko terhadap perjalanan lintas negara. Namun, setelah pelonggaran kebijakan perjalanan internasional, tren kunjungan wisatawan Korea Selatan ke Bali menunjukkan pemulihan yang relatif cepat.

Pemulihan tersebut mengindikasikan adanya loyalitas pasar wisatawan Korea Selatan terhadap Bali sebagai destinasi wisata unggulan. Bali dipersepsikan sebagai destinasi yang aman, menarik, dan memiliki citra positif di benak wisatawan Korea Selatan. Persepsi ini diperkuat oleh kebijakan pemerintah, pemulihan infrastruktur pariwisata, serta meningkatnya kepercayaan wisatawan terhadap protokol kesehatan dan keselamatan wisata.

Penyebaran budaya populer Korea melalui fenomena *Korean Wave* memberikan keuntungan tersendiri bagi Korea Selatan, terutama dalam

meningkatkan pendapatan nasional yang kini mulai mendekati posisi Jepang. Daya tarik yang lahir dari industri kreatif, khususnya musik K-Pop dan drama Korea, membuka peluang sumber pendapatan baru, tidak hanya dari sektor pariwisata tetapi juga dari berbagai bidang usaha pendukung. Di sisi lain, Korea Selatan dipandang sebagai pasar yang memiliki potensi besar dalam menyumbang jumlah wisatawan mancanegara yang lebih tinggi ke Indonesia.

Hubungan bilateral Indonesia dan Korea Selatan diawali dengan pembukaan hubungan diplomatik pada tahun 1966, terus mengalami perkembangan dan peningkatan yang cukup signifikan di berbagai bidang dari satu tahun ke tahun berikutnya. Dalam konteks hubungan bilateral, Indonesia-Korea Selatan berada pada posisi yang saling melengkapi. Di satu sisi, Indonesia memerlukan modal atau investasi, teknologi dan produk-produk teknologi. Sementara di sisi lainnya, Korea Selatan memerlukan sumber alam atau mineral, ketersediaan sumber daya manusia serta luasnya pasar domestik Indonesia.

Banyaknya wisatawan mancanegara yang datang langsung ke Bali dari tahun 2019-2024 dapat dilihat pada tabel berikut ini.

**Tabel 1.** Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara Ke Bali Tahun 2019-2024

Kebangsaan (Negara Asal) Nationality (Country of Origin)	2019	2020	2021	2022	2023	2024
<b>I. ASEAN</b>	<b>613.909</b>	<b>100.987</b>	-	<b>337.789</b>	<b>699.924</b>	<b>713.313</b>
1. Malaysia / Malaysia	185.256	31.587	-	91.084	207.573	246.145
2. Filipina / Philippines	158.875	19.642	-	38.427	80.846	101.460
3. Singapura / Singapore	163.327	23.463	-	129.085	236.259	218.526
4. Thailand / Thailand	41.080	7.208	-	19.025	41.438	37.354
5. ASEAN Lainnya / Other ASEAN	96.969	22.067	-	88.164	128.844	107.225
<b>II. ASIA (Tanpa ASEAN / Non ASEAN)</b>	<b>2.321.161</b>	<b>334.247</b>	-	<b>353.456</b>	<b>1.270.111</b>	<b>1.789.472</b>
1. Arab Saudi / Saudi Arabia	11.147	5.234	-	4.460	11.024	14.595
2. India / India	374.043	68.199	-	182.091	-	500.379
3. Jepang / Japan	257.959	49.800	-	39.386	116.232	176.856
4. Korea Selatan / South Korea	213.906	42.856	-	63.353	229.789	204.024
5. Taiwan / Taiwan	107.299	18.435	-	7.460	83.942	103.590
6. HK / China	1.186.057	118.817	-	33.085	280.111	448.446
7. Asia Lainnya / Other Asia	177.945	37.340	-	46.055	122.622	201.663
<b>III. AMERIKA</b>	<b>415.435</b>	<b>79.020</b>	-	<b>136.313</b>	<b>379.472</b>	<b>403.312</b>
1. Amerika Serikat / USA	276.859	47.956	-	108.131	248.983	261.832
2. Kanada / Canada	73.690	16.706	-	24.330	50.425	61.959
3. Amerika Lainnya / Other America	64.886	14.358	-	23.852	71.064	79.521

(Sumber: BPS.go.id, 2025)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa negara Korea Selatan menduduki posisi keempat penyumbang wisatawan mancanegara Asia ke Bali. Walaupun mengalami fase kenaikan dan penurunan dalam jumlah kunjungannya. Khususnya pada tahun 2020 dan 2021, karena adanya pandemi COVID-19 jumlah kunjungan wisatawan Korea Selatan ke Indonesia menurun drastis. Hal ini karena ada aturan pembatasan dan larangan bepergian untuk mencegah terjadinya penularan virus tersebut. Dan pada Juni 2022 lalu pemerintah Korea Selatan baru mencabut larangan bepergian dengan membuka sektor pariwisata baik bagi masyarakatnya untuk melakukan perjalanan wisata, begitu juga dengan wisatawan yang berasal dari luar Korea Selatan untuk berwisata ke negara tersebut (Republika.co.id., 22 Mei 2022).

Adapun yang menjadi trend kunjungan wisatawan Korea Selatan ke Bali sebelum dan setelah pandemi COVID-19 adalah sebagai berikut:

a. Wisatawan asal Korea Selatan, khususnya pasangan yang sedang menjalani bulan madu, masih banyak memanfaatkan layanan biro perjalanan wisata di Bali. Paket wisata honeymoon menjadi salah satu produk yang cukup diminati oleh pasangan dari Korea Selatan. Paket tersebut umumnya mencakup sesi pemotretan dengan mengenakan busana adat Bali, kunjungan ke sentra kerajinan perak dan batik, wisata ke berbagai pura, serta beragam aktivitas lainnya yang dapat dinikmati melalui jasa tour and travel di Bali (Yuniari et al., 2020). Temuan ini sejalan dengan pernyataan Konsul Jenderal Korea Selatan untuk Bali, Moon Young Ju, yang menegaskan bahwa Bali merupakan destinasi unggulan bagi

wisatawan Korea Selatan dan sangat populer sebagai tujuan bulan madu (DetikTravel., 22 November 2021; Sindonews.com., 23 November 2021).

- b. Kemudahan aksesibilitas untuk menjangkau Bali bagi wisatawan Korea Selatan dengan dibukanya kembali jalur penerbangan Seoul-Bali oleh maskapai penerbangan Garuda Indonesia. Hal ini dilakukan sebagai bentuk komitmen dan dukungan Garuda Indonesia terhadap pemulihan industri pariwisata nasional khususnya Bali sebagai salah satu hubpariwisata strategis Indonesia (alineia.id., 4 Desember 2022).

Untuk mendukung trend dan meningkatkan kunjungan wisatawan Korea Selatan ke Bali, ada beberapa upaya yang dilakukan oleh pemerintah. Upaya tersebut antara lain sebagai berikut.

- a. Pada bulan Maret 2021 dibuka kantor Konsulat Jenderal Korea Selatan di Bali yang diharapkan dapat meningkatkan kerjasama bilateral Bali-Korea Selatan khususnya di bidang pariwisata (Fajarbadung.com., 22 November 2021).
- b. Pemprov Bali menjajaki kerjasama di bidang pariwisata dengan Korea Selatan, melalui kesepakatan kerjasama dengan konsorium Korean City (K-City) untuk pariwisata hijau, Smart City, transportasi ramah lingkungan (brida.baliprov.go.id, 10 Maret 2025).
- c. Pemerintah Korea Selatan mulai melakukan upaya kerja sama dengan Basarnas Bali, seiring tingginya minat wisatawan asal Korea Selatan terhadap kunjungan ke berbagai destinasi wisata alam di Bali. Sehingga selama berwisata

terjamin keamanannya (celebrities.id., 23 September 2022).

- d. Penambahan penerbangan ke Indonesia khususnya Bali merupakan tren pariwisata yang membawa harapan baru (farchest.com, 19 April 2025)
- e. Anjungan Indonesia menampilkan busana pengantin adat Bali sebagai salah satu bentuk upaya Kedutaan Besar Republik Indonesia (KBRI) di Seoul dalam mempromosikan pariwisata serta seni dan budaya Indonesia kepada masyarakat Korea Selatan, meskipun berada dalam situasi pandemi. Kegiatan tersebut terlaksana melalui kerja sama antara KBRI Seoul dan Museum Multibudaya dalam sebuah pameran bertema “*When K-Fashion Meets Traditional Fashion*” (Kemenlu.go.id., 13 Oktober 2021).
- f. Promosi pariwisata Bali melalui drama Korea yang berjudul “*Again My Life*”. Dalam drama ini secara terang-terangan menyebut Bali sebagai destinasi wisata impian mereka dan diceritakan sebagai sebuah hadiah bagi keluarga dalam drama tersebut. Terlihat dari poster yang dipegang oleh pemainnya dan juga baju kaos yang mereka kenakan. Di poster tersebut tercantum tulisan Co-powered by Wonderful Indonesia. Drama Korea “*Again My Life*” ditayangkan melalui platform streaming Viu yang dapat diakses oleh penonton dari berbagai negara. Sehingga diharapkan melalui drama tersebut tidak hanya menjangkau wisatawan dari Korea Selatan, tetapi juga bahkan dari seluruh dunia (travel.detik.com., 29 Mei 2022). Temuan ini selaras dengan hasil penelitian Titania et al. (2022) yang mengemukakan bahwa melalui

media drama, promosi pariwisata Bali dapat dilakukan dengan baik.

**Gambar 1.** Cuplikan Adegan Drama “Again My Life”



(Sumber: travel.detik.com.,2022)

- g. Banyaknya kunjungan artis terkenal dari Korea Selatan ke Bali melalui postingan media sosialnya (baik instagram maupun Youtube) juga merupakan media promosi pariwisata Bali untuk menarik wisatawan mancanegara khususnya Korea Selatan bahkan para penggemar budaya Korea lainnya seperti wisatawan domestik (Indonesia) karena artis idolnya mengunjungi Bali ([www.idntimes.com](http://www.idntimes.com), 17 September 2025). Hal ini juga relevan dengan hasil penelitian Oktaviana et al (2021) dengan adanya Korean Wave (Hallyu) yang dibawa oleh artis yang berkunjung ke Bali bisa mempengaruhi wisatawan Korea Selatan lainnya untuk berminat mengunjungi Bali.

Melalui berbagai upaya yang telah dilakukan tersebut, diharapkan dapat meningkatkan jumlah kunjungan yang menjadi trend pangsa pasar wisatawan Korea Selatan ke Bali. Apalagi Bali sejak dulu telah menjadi destinasi wisata favorit masyarakat Korea Selatan.

### **Peran Pariwisata Budaya dan Strategi Promosi dalam Penguatan Pangsa Pasar**

Pariwisata budaya memiliki peran strategis dalam memperkuat pangsa pasar wisatawan Korea Selatan ke Bali.

Daya tarik budaya Bali yang bersifat unik dan berkelanjutan menjadi pembeda utama dibandingkan destinasi wisata lainnya. Wisata bulan madu, misalnya, tidak hanya menyuguhkan daya tarik alam, tetapi juga menghadirkan pengalaman budaya yang kaya akan nilai simbolis melalui pemanfaatan busana tradisional, ritual, dan kunjungan ke situs-situs budaya dan keagamaan.

Selain itu, strategi promosi pariwisata yang memanfaatkan budaya populer Korea (*Korean Wave*) memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan minat wisatawan. Representasi Bali dalam drama Korea, media digital, serta konten media sosial figur publik Korea Selatan secara tidak langsung membangun imajinasi destinasi (*destination image*) yang kuat. Strategi ini menunjukkan bahwa integrasi antara pariwisata budaya dan media populer mampu menciptakan narasi destinasi yang relevan dengan karakteristik pasar wisatawan Korea Selatan.

### **Implikasi Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan**

Temuan penelitian ini memiliki implikasi penting bagi pengembangan pariwisata budaya Bali yang berkelanjutan. Peningkatan kunjungan wisatawan Korea Selatan perlu diimbangi dengan upaya pelestarian budaya dan nilai-nilai lokal agar tidak terjadi komodifikasi budaya secara berlebihan. Pengelolaan pariwisata yang berbasis pada partisipasi peran masyarakat setempat menjadi faktor utama dalam mempertahankan keseimbangan antara tujuan ekonomi dan upaya pelestarian budaya.

Oleh karena itu, tren positif pangsa pasar wisatawan Korea Selatan ke Bali pascapandemi dapat dimanfaatkan sebagai peluang strategis

untuk memperkuat posisi Bali sebagai destinasi pariwisata budaya dunia, tanpa mengabaikan prinsip keberlanjutan dan kearifan lokal.

## PENUTUP

### Simpulan

Hasil kajian menunjukkan bahwa Bali tetap mempertahankan posisinya sebagai destinasi wisata favorit bagi wisatawan Korea Selatan, baik sebelum maupun setelah pandemi COVID-19. Meskipun pandemi menyebabkan penurunan kunjungan yang signifikan, sektor pariwisata Bali mampu menunjukkan pemulihan yang kuat setelah pembatasan perjalanan dicabut. Wisata bulan madu, daya tarik budaya, peningkatan aksesibilitas penerbangan, serta promosi pariwisata yang intensif menjadi faktor utama dalam penguatan pangsa pasar wisatawan Korea Selatan ke Bali.

### Saran

Untuk mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar wisatawan Korea Selatan, disarankan adanya penguatan kerja sama bilateral antara Indonesia dan Korea Selatan, peningkatan kualitas pelayanan pariwisata yang sesuai dengan karakteristik wisatawan Korea Selatan, serta pengembangan produk wisata berbasis budaya dan keberlanjutan. Upaya tersebut diharapkan dapat mendukung pertumbuhan pariwisata Bali secara berkelanjutan di masa mendatang.

## DAFTAR PUSTAKA

Aldao, C., Blasco, D., & Espallargas, M.P. (2025). Lessons from COVID-19 for the Future: Destination Crisis Management, Tourist Behaviour and Tourism Industry Trends. *Journal of Tourism Futures*, 11(3), 406-420.

Alinea.id., 4 Desember 2022. "Garuda Indonesia Buka Penerbangan Seoul-Bali". Diakses dari <https://www.alinea.id/nasional/garuda-indonesia-buka-penerbangan-seoul-bali-b2fvj9IGd>. Tanggal 9 Desember 2025.

Agarwal, R., Mehrotra, A., Mishra, A., Rana, N.P., Nunkoo, R., & Cho, M. (2024). Four Decades of Sustainable Tourism Research: Trends and Futures Research Directions. *International Journal of Tourism Research*, 1-14.

Balipost.com, 19 Januari 2026. "Raih Predikat Destinasi Terbaik Dunia, Bukti Bali Tak Ditinggalkan Wisatawan". Diakses dari <https://www.balipost.com/news/2026/01/19/521150/Bali-Destinasi-Terbaik-Dunia,Bukti...html>.

Tanggal 2 Februari 2026.

BPS Provinsi Bali., 7 Mei 2025. "Banyaknya Wisatawan Mancanegara yang Datang Langsung ke Bali Menurut Kebangsaan, 2019-2024". Diakses dari

<https://bali.bps.go.id/id/statistics-table/1/MTkzIzE=-/banyaknya-wisatawan-mancanegara-yang-datang-langsung-ke-bali-menurut-kebangsaan-2019-2024.html>. Tanggal 2 Februari 2026.

celebrities.id., 23 September 2022. "Jumlah Wisatawan Korea Selatan Di Bali Terus Meningkat, Pemerintah Korea Jajaki Kerjasama dengan Basarnas". Diakses dari

<https://www.celebrities.id/read/jumlah-wisatawan-korea-selatan-di-bali-terus-meningkat-pemerintah-korea-jajaki-kerja-sama-dengan-basarnas-R417Ws>. Tanggal 9 Desember 2025.

- DetikTravel., 22 November 2021. "Bali Jadi Primadona Turis Korsel, Diminati untuk Bulan Madu". Diakses dari <https://travel.detik.com/travel-news/d-5822643/bali-jadi-primadona-turis-korsel-diminati-untuk-bulan-madu>. Tanggal 9 Desember 2025.
- Fajarbadung.com., 22 November 2021. "Bali Jajaki Kerjasama Bidang Pariwisata dengan Korea Selatan". Diakses dari <https://fajarbadung.com/bali-jajaki-kerja-sama-bidang-pariwisata-dengan-korea-selatan/16181/2021/>. Tanggal 9 November 2025.
- Indonesia DOKUMEN. 2007. "Karakteristik Wisatawan Korea Selatan". Diakses dari <https://dokumen.tips/documents/karakteristik-wisatawan-korea-selatan.html?page=>. Tanggal 8 Desember 2025.
- Karanganyarnews, 27 Januari 2026."Bali Gaet Predikat Destinasi Wisata Terbai Dunia 2026 versi TripAdvisor. Diakses dari <https://kemenpar.go.id/berita/siaran-pers-bali-dinobatkan-sebagai-the-best-island-di-asia-pasifik-versi-destinasian>. Tanggal 1 Februari 2026.
- Kemenlu.go.id., 13 Oktober 2021. "Gaet Wisatawan Korea Selatan Lewat Pameran Busana Pengantin Bali". Diakses dari <https://kemlu.go.id/portal/id/read/3036/view/gaet-wisatawan-korea-selatan-lewat-pameran-busana-pengantin-bali>. Tanggal 9 Desember 2025.
- Kemenpar.go.id. 8 Maret 2025. "Siaran Pers: Bali Dinobatkan Sebagai "The Best Island" di Asia-Pasifik versi DestinAsian". Diakses dari <https://kemenpar.go.id/berita/siaran-pers-bali-dinobatkan-sebagai-the-best-island-di-asia-pasifik-versi-destinasian>. Tanggal 2 Februari 2026.
- Liputan6.com., 18 Oktober 2022. "Jumlah Wisman Ke Indonesia Capai Target, Kemenparekraf Genjot Penambahan Penerbangan". Diakses dari <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/5099959/jumlah-wisman-ke-indonesia-capai-target-kemenparekraf-genjot-penambahan-penerbangan>. Tanggal 9 Desember 2025.
- Madiun, I Nyoman, Dkk, 2012. "Karakteristik Wisatawan Korea dan Implikasinya Terhadap Perkembangan Pariwisata Bali". Sekolah Tinggi Pariwisata Nusa Dua Bali, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2012.
- Oktaviani, J., & Pramadya, T.P (2021). Korean Wave (Hallyu) dan Persepsi Kaum Muda Indonesia di Indonesia: Peram Media dan Diplomasi Publik Korea Selatan. *Insignia Journal of International Relations*. 8 (1), 87-100.
- Ren, M., Park, S., Xu, Y., Huang, X., Zou, L., & Wong, M.S. (2022). Impact of the COVID-19 Pandemic on Travel Behaviour: A Case Study of Domestic Inbound Travelers in Jeju, Korea. *Tourism Management*, 92, 1- 16.
- Republika.co.id., 22 Mei 2022. "Korea Selatan Kembali Buka Kunjungan Turis". Diakses dari <https://bandung24jam.republika.co.id/posts/142180/korea-selatan-kembali-buka-kunjungan-turis>. Tanggal 9 Desember 2025.
- Sindonews.com., 23 November 2021. "Terungkap! Bali Menjadi Destinasi Favorit Warga Korea

- untuk Bulan Madu”. Diakses dari <https://daerah.sindonews.com/read/607399/174/terungkap-bali-jadi-destinasi-favorit-warga-korea-untuk-bulan-madu-1637637115>. Tanggal 9 Desember 2025.
- Titania, D.D.M., & Haryanto, J.O. (2022). A Study of Korean Drama and Indonesia Teenager's Perception on Image of South Korea as A Potential Tourist Destinastion. *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 21(1), 13- 24.
- Travel.detik.com., 29 Mei 2022. “Viral, Drakor Again My Life Ikut Promosikan Wisata Bali”. Diakses dari <https://travel.detik.com/travel-news/d-6101050/viral-drakor-again-my-life-ikut-promosikan-wisata-bali>. Tanggal 9 Desember 2025.
- Yuniari, P. Y., Suwena, I.K., & Mananda, IGPB Sasrawan. 2020. “Sikap dan Motivasi Pramuwisata Bali Berbahasa Korea Terhadap Wisatawan Korea Selatan ke Bali”. *Jurnal IPTA*, 8 (1), 63-68.
- Zhou, Y., Liu, L., Han, S., & Sun, X. (2023). Comparative Analysis of the Behavioral Intention of Potential Wellness Tourist in China and South Korea. *Humanities and Social Sciences Communications* , 489, 1- 13.