

Abstract

Tourism is becoming a major concern for the economic development of the country. It is because the importance of tourism in International economy detected by 9% contributor Gross Domestic Product (GDP) global comes from the tourism sector, the sector also recorded in the 4th position after the export of fuel, chemicals and automotive products in international trade.

For several countries, tourism is a source of new economy that can be used as a catalyst for economic development when they still have not a high capability to produce manufacturing sector. Japan is one country that is now trying to position the tourism sector into one buffer the economy due to the decline of the number of production and export of manufacturing at 3.5% in 2012.

In 2013, the Government of Japan is more serious to attract foreign tourists. This is realized by the Olympic program in 2020 to attract 20 million foreign tourists to Japan by Prime Minister Shinzo Abe. To make it happen, the Japanese government collaborates with private companies issued two major policies to further condition the Japanese are more interesting. However, the policies known to led Japan to be more pleasant conditioning as a tourist destination of Southeast Asian societies. This becomes a big question related the most tourists donation for Japan is countries located in East Asia such as China, South Korea, Hong Kong.

Based on the data that have been obtained, the author will try to answer what are the reason of Japan tourism policy orientation in 2013 is leading to Southeast Asia than in East Asia as the largest contributor to inbound tourist in Japan. Concept of PEST Analysis in Pemasaran Pariwisata Internasional Sebuah Pendekatan Strategis by Lionel dan Francois Vellas James Becherel will be used as the theoretical frameworks for the thesis.

Keywords: Japan, Free Visa Policy 2013, External factors of promoting International Tourism, Territory Disputes, 40 Years Japan – ASEAN, Japan Muslim Tourism.

Abstraksi

Pariwisata kini tengah menjadi perhatian utama untuk mengembangkan perekonomian negara. Hal ini terkait pada penyumbang kuota Gross Domestic Product (GDP) global sebesar 9% berasal dari sektor pariwisata, sektor tersebut juga tercatat pada posisi ke 4 setelah ekspor bahan bakar, bahan kimia dan produk otomotif dalam perdagangan internasional.

Bagi beberapa negara, sektor pariwisata merupakan sebuah sumber ekonomi baru yang dapat digunakan sebagai salah satu katalisator pembangunan ekonomi ketika masih belum memiliki kemampuan yang tinggi dalam sektor manufaktur. Jepang merupakan salah satu negara yang kini mencoba memposisikan sektor pariwisata menjadi salah satu penyangga ekonomi setelah terjadinya penurunan jumlah produksi dan ekspor manufaktur sebesar 3,5% pada tahun 2012.

Pada tahun 2013, Pemerintahan Jepang lebih serius untuk menarik kedatangan wisatawan asing. Untuk merealisasikannya, pemerintah Jepang bekerja sama dengan perusahaan swasta mengeluarkan dua kebijakan utama untuk lebih mengkondisikan Jepang menjadi daerah tujuan wisata yang lebih menarik. Kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah Jepang ternyata merubah Jepang tersebut mengkondisikan Jepang sebagai tempat yang lebih menarik dan sesuai minat tujuan wisata masyarakat Asia Tenggara. Melihat fenomena tersebut, menjadi sebuah pertanyaan besar terkait alasan Jepang menerapkan kebijakan pariwisata yang lebih pro Asia Tenggara dengan pemaparan fakta bahwa sebagian besar wisatawan asing Jepang sebelumnya berasal dari masyarakat kawasan Asia Timur seperti China, Korea Selatan, Hong Kong.

Berdasarkan data yang telah diperoleh, penulis akan mencoba untuk menjawab alasan orientasi kebijakan pariwisata Jepang pada 2013 yang mengarah ke Asia Tenggara dibandingkan ke Asia Timur yang notabene sebagai penyumbang terbesar wisata inbound di Jepang. Konsep Analisis PEST di Pemasaran Pariwisata Internasional SEBUAH Pendekatan Strategis oleh Lionel Dan Francois Vellas James Becherel akan digunakan sebagai kerangka teoritis untuk tesis.

Kata kunci: Jepang, Gratis Kebijakan Visa 2013, faktor eksternal mempromosikan Pariwisata Internasional, Sengketa Wilayah, 40 Tahun Jepang - ASEAN, Jepang Pariwisata Muslim.