

**IMPLMENTASI RENCANA STRATEGIS PENGEMBANGAN
PEMASARAN PARIWISATA PEMERINTAH INDONESIA
DALAM MENINGKATKAN WISATAWAN JEPANG
PERIODE 2012-2014**

**Siti Alfath Tia Mahendra
1310412008**

Abstrak

Penelitian ini membahas mengenai *“Implementasi Rencana Strategis Pengembangan Pemasaran Pariwisata Pemerintah Indonesia Dalam Meningkatkan Wisatawan Jepang Periode 2012-2014”*. Untuk menjawab penelitian tersebut penulis menggunakan metode kualitatif dimana penulis berupaya memberikan penjelasan mengenai implementasi renstra pengembangan pemasaran pariwisata pemerintah Indonesia untuk meningkatkan wisatawan Jepang di tahun 2012-2014, serta mengumpulkan data primer dan sekunder melalui wawancara dan analisis data. Penulis menggunakan kerangka pemikiran Kepentingan Nasional, Kerjasama Bilateral, Rencana Strategis dan Wisatawan. Hasil dari penelitian ini memperlihatkan bahwa implementasi dari renstra pengembangan pemasaran yang dilakukan pemerintah memberikan dampak yang cukup baik dimana, dari tahun 2012-2014 terjadi peningkatan kunjungan wisatawan Jepang ke Indonesia.

Kata Kunci: Pariwisata Indonesia, Jepang, Renstra, Pemasaran.

IMPLEMENTAION OF STRATEGIC PLAN FOR THE DEVELOPMENT OF TOURISM GOVERNMENT OF INDONESIA IN IMPROVING THE JAPAN TOURIST PERIOD 2012-2014

**Siti Alfath Tia Mahendra
1310412008**

Abstract

This research deals with “*The Implementation of Strategic Plan For the Development of Tourism Government of Indonesia in Improving the Japan Tourist Period 2012-2014*”. To answer the research authors use qualitative method where the author seeks to provide an explanation regarding the implementation of the government’s tourism marketing development renstra Indonesia Japan tourist in 2012-2014, as well as primary and secondary document gathering through interviews and analysis document. The author uses the framework of thought the National Interest, Bilateral Cooperation, Strategic Plan and Tourist. The results of this research show that the implementation development renstra the government does give a pretty good impact, where each year of 2012-2014 an increase in tourist visits Japan to Indonesia.

Keywords: Tourism, Indonesia, Japan, Renstra, Marketing.