# ANALISIS MANAJEMEN INOVASI INDUSTRI PARIWISATA: STUDI KASUS PADA BIRO PERJALANAN WISATA BAGAS JAYA

## *ANALYSIS OF TOURISM INDUSTRY INNOVATION MANAGEMENT: CASE STUDY ON BAGAS JAYA TOURISM TRAVEL AGENT*

**Wisnu Bagaskara[1], Grisna Anggadwita, S.T.,M.M[2]**
Prodi S1 Manajemen Bisnis Telkomunikasi dan Informatika
Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Telkom
Email: wisnubagaskara73@yahoo.co.id[1], grisnamailbox@yahoo.co.id[2]

**ABSTRAK**

Industri pariwisata merupakan salah satu bentuk usaha yang memiliki potensi besar dan berkembang pesat di Indonesia. Hal ini ditunjang oleh banyaknya destinasi-destinasi wisata yang terdapat di Indonesia. Pemerintah Republik Indonesia juga mendukung perkembangan dari industri pariwisata tersebut. Salah satu biro perjalanan wisata yaitu biro perjalanan wisata Bagas Jaya yang didirikan sejak tahun 2015 dan merupakan cabang dari CV Bagas Jaya dalam bidang pariwisata. Biro perjalanan wisata Bagas Jaya menawarkan produk tiket pesawat murah. Dalam melakukan usaha di bidang industri pariwisata, biro perjalanan wisata Bagas Jaya ingin melakukan inovasi-inovasi produk yang dihasilkan untuk kedepannya.

Tujuan pada penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar variabel market orientation, inovasi produk, dan kualitas produk berpengaruh secara bersama terhadap keunggulan bersaing pada biro perjalanan wisata Bagas Jaya. Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden yang pernah melakukan transaksi di biro perjalanan wisata Bagas Jaya. Pada penelitian ini menggunakan teknik probability sampling dengan jenis random sampling dan metode analisis deskriptif serta analisis regresi linier berganda. Data pada penelitian diolah menggunakan software SPSS 23 for Windows.

Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa variabel market orientation dan inovasi produk berpengaruh secara signifikan terhadap terhadap keunggulan bersaing. Sedangkan untuk variabel kualitas produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keunggulan bersaing karena produk yang ditawarkan oleh biro perjalanan wisata Bagas Jaya masih bisa ditiru dan mempunyai produk yang sama dengan produk yang ditawarkan oleh pesaingnya.

Kata Kunci: market orientation, inovasi produk, kualitas produk, keunggulan bersaing