

## ABSTRAK

Industri pariwisata pada tahun-tahun terakhir mendapat sorotan yang tajam dari pemerintah dan investor. Pemerintah memberikan kemudahan bagi investor untuk menginvestasikan modal yang mereka miliki pada sektor pariwisata. Sektor pariwisata sebagai salah satu penyumbang devisa negara terbesar memberikan peluang emas bagi investor untuk menanamkan modalnya pada sektor ini

Bentuk perhatian pemerintah pada industri pariwisata adalah dengan menetapkan tahun 1991 sebagai tahun kunjungan wisata Indonesia (Visit Indonesian Year) dan tahun kunjungan ASEAN (Visit ASEAN year) yang merupakan perwujudan kerjasama setiap negara ASEAN dalam promosi kepariwisataan. Kerjasama antar negara ASEAN ditindak lanjuti dengan diadakannya Asean Tourism Forum (ATF) pada tahun 1996, sebagai ajang promosi wisata negara-negara ASEAN.

Pemerintah juga memberikan kemudahan dalam pengembangan bisnis dibidang kepariwisataan, yaitu dalam bentuk peningkatan aksesibilitas, baik darat, laut, dan udara. Pasar industri pariwisata yang ramai mendorong untuk melakukan persaingan diantara badan usaha pada industri pariwisata, sehingga perlu suatu badan usaha mempunyai keunggulan kompetitif untuk tetap bertahan menghadapi persaingan.

Biro perjalanan umum sebagai obyek penelitian dipilih karena biro perjalanan umum ini berfungsi sebagai perantara wisatawan dengan badan usaha lain dalam industri pariwisata.

Pencapaian keunggulan kompetitif dapat dilakukan dengan jalan melakukan serangkaian tindakan inovatif. Pengembangan kegiatan inovatif yang memperhatikan strategi generik dari badan usaha akan menciptakan keunggulan kompetitif yang akan meningkatkan daya saing pada badan usaha sejenis. Dalam melakukan inovasi harus dijaga mengenai ketajaman strategi generiknya supaya dapat mempunyai keunggulan dalam salah satu strategi generik. Suatu biro perjalanan yang mempunyai keunggulan kompetitif dalam salah satu strategi generik dapat menciptakan image pada wisatawan yang akan mengadakan perjalanan untuk memakai jasa biro perjalanan.

Suatu biro perjalanan umum harus memperhatikan aspek-aspek organisasi yang inovatif yang terdiri dari pertama individual dalam organisasi, kedua organisasi itu sendiri yang meliputi lingkungan fisik, kelompok, dan organisasi, yang terakhir adalah proses pengembangan inovasi.

Pembahasan lebih lanjut mengenai kegiatan inovatif yang dapat memicu keunggulan kompetitif suatu biro perjalanan umum dapat dijelaskan secara lengkap pada skripsi ini.