

FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENDAPATAN NON AERONAUTICAL DI BANDARA: LOKASI STRATEGIS, VOLUME LALU LINTAS, RUANG KOMERSIAL, STRATEGI PEMASARAN DAN KERJASAMA BISNIS

Danar Adi Candra¹, Dwi Afriyanto²

^{1,2}Politeknik Penerbangan Indonesia Curug

¹ danaradicandra@gmail.com, ² dwi0464@yahoo.com.

Received: 05-06-2024

Revised: 15-06-2024

Approved: 22-06-2024

ABSTRAK

Riset terdahulu atau riset yang relevan memiliki peran krusial dalam pengembangan riset atau artikel ilmiah. Dalam Jurnal ini mereview 28 jurnal untuk memperkuat teori serta menjelaskan fenomena hubungan atau pengaruh antar variabel yang diteliti. Artikel ini bertujuan untuk mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi Pendapatan Non Aeronautical di bandara, dengan fokus pada Lokasi Strategis Bandara, Volume Lalu Lintas Penumpang, Ketersediaan Ruang Komersial, Strategi Pemasaran, dan Kerjasama Bisnis. Studi ini merupakan sebuah literatur review yang mendalam dalam bidang Operasi Bandar Udara. Tujuan utama penulisan artikel ini adalah untuk membangun hipotesis mengenai pengaruh antar variabel tersebut, yang nantinya dapat digunakan sebagai dasar dalam penelitian selanjutnya. Dengan mempelajari berbagai riset terdahulu, artikel ini memberikan gambaran menyeluruh tentang bagaimana setiap faktor tersebut dapat berkontribusi terhadap Pendapatan Non Aeronautical di bandara. Hasil dari artikel literature review ini menunjukkan bahwa masing-masing faktor memiliki pengaruh signifikan terhadap Pendapatan Non Aeronautical. Pertama, Lokasi Strategis Bandara terbukti berpengaruh signifikan, karena lokasi yang strategis dapat menarik lebih banyak penumpang dan aktivitas bisnis. Kedua, Volume Lalu Lintas Penumpang juga berperan penting, karena semakin tinggi volume penumpang, semakin besar potensi pendapatan dari aktivitas non-aeronautical. Ketiga, Ketersediaan Ruang Komersial menjadi faktor krusial, karena menyediakan ruang untuk berbagai bisnis dapat meningkatkan pendapatan. Keempat, Strategi Pemasaran yang efektif dapat menarik lebih banyak bisnis dan penumpang untuk menggunakan fasilitas bandara. Terakhir, Kerjasama Bisnis yang baik dapat membuka peluang baru dan meningkatkan efisiensi operasional, yang pada akhirnya berdampak positif pada Pendapatan Non Aeronautical di bandara.

Kata kunci: Pendapatan Non Aeronautical, Volume Lalu lintas penumpang, Lokasi Strategis, Ruang Komersial, Strategi Pemasaran, Kerjasama bisnis.

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Dalam dunia penerbangan, pendapatan non-aeronautical di bandara menjadi bagian yang semakin penting dalam strategi keuangan. Pendapatan non-aeronautical di bandara adalah pendapatan yang diperoleh dari sumber-sumber selain kegiatan penerbangan (Rahmadi Islam, 2022). Contohnya yaitu pendapatan dari sewa ruang komersial seperti toko, restoran, dan penyedia jasa lainnya di dalam terminal bandara, serta pendapatan dari parkir, iklan, dan layanan transportasi di bandara. Pendapatan non-aeronautical ini merupakan bagian penting dari pendapatan total sebuah bandara dan seringkali menjadi sumber pendapatan yang signifikan bagi otoritas bandara untuk membiayai operasi, pemeliharaan, dan pengembangan fasilitas. Bandara bukan hanya tempat untuk transit atau berangkat, tetapi juga menjadi pusat kegiatan komersial yang penting (Aldiefa & Oktavianor, 2024). Di balik setiap transaksi ritel atau penyewaan ruang, ada faktor-faktor yang kompleks dan bervariasi yang mempengaruhi pendapatan

non-aeronautical ini. Dalam artikel ini, kita akan menjelajahi dengan lebih mendalam beberapa faktor utama yang dapat memengaruhi pendapatan non-aeronautical di bandara.

Faktor pertama yang perlu diperhatikan adalah lokasi strategis bandara (Edhi, 2023). Lokasi bandara yang kurang strategis dapat menjadi faktor yang mempengaruhi pendapatan aeronautical bandara. Bandara yang tidak terletak di lokasi strategis, seperti jauh dari pusat kota atau daerah dengan tingkat aktivitas ekonomi yang rendah, mungkin menghadapi tantangan dalam menarik jumlah penumpang dan penerbangan yang cukup untuk menciptakan pendapatan aeronautical yang signifikan (Nugraha et al., 2023). Akibatnya, bandara tersebut mungkin mengalami penurunan pendapatan dari sumber-sumber utama seperti biaya parkir, biaya terminal, dan biaya pendaratan pesawat. Lokasi bandara yang kurang strategis juga dapat mempengaruhi daya saingnya dalam menarik maskapai penerbangan dan rute penerbangan baru. Maskapai penerbangan cenderung memilih bandara yang terletak di lokasi yang mudah dijangkau dan memiliki aksesibilitas yang baik bagi penumpang mereka (Atmaja, 2019). Jika sebuah bandara tidak memenuhi kriteria ini, maka mungkin akan kehilangan peluang untuk menarik lebih banyak penerbangan dan penumpang, yang pada gilirannya dapat berdampak negatif pada pendapatan aeronautical (Subekti, 2022). Selain itu, lokasi yang kurang strategis juga dapat mempengaruhi potensi untuk mengembangkan fasilitas dan layanan non-aeronautical di bandara. Kurangnya jumlah penumpang dan aktivitas di sekitar bandara dapat membuat sulit untuk menarik penyewa ruang komersial dan mitra bisnis lainnya, yang kemungkinan akan mengurangi diversifikasi pendapatan dan potensi pendapatan non-aeronautical. (Ayuningtyas et al., 2022).

Selain lokasi, volume lalu lintas penumpang juga menjadi faktor kunci. Volume lalu lintas penumpang yang rendah dapat menyebabkan dampak yang signifikan terhadap pendapatan non-aeronautical di bandara (Nugraha et al., 2023). Ketika volume lalu lintas penumpang rendah, hal ini mengindikasikan bahwa jumlah orang yang menggunakan fasilitas bandara untuk berbelanja, makan, atau menggunakan layanan lainnya juga akan berkurang secara proporsional. Dalam situasi ini, toko-toko ritel, restoran, dan penyedia layanan di bandara mungkin akan mengalami penurunan kunjungan dan penjualan, karena kurangnya pelanggan potensial yang melewati area komersial (Nugraha et al., 2023). Penurunan pendapatan non-aeronautical ini kemudian dapat memberikan tekanan tambahan pada pendapatan keseluruhan bandara, karena pendapatan dari sumber-sumber non-aeronautical seringkali menjadi kontributor signifikan bagi pendapatan total (Ilhami & Pasundan, 2023). Selain itu, rendahnya volume lalu lintas penumpang juga dapat mengurangi minat penyewa potensial untuk berinvestasi di ruang komersial di bandara, karena mereka mungkin menganggap tingkat aktivitas yang rendah sebagai risiko terhadap potensi keuntungan mereka (Afitasari, 2023). Dengan demikian, perlu adanya strategi yang efektif untuk meningkatkan volume lalu lintas penumpang guna merangsang pertumbuhan pendapatan non-aeronautical di bandara, termasuk upaya untuk meningkatkan daya tarik bandara sebagai tujuan belanja dan hiburan serta meningkatkan promosi dan pemasaran untuk menarik lebih banyak pengunjung potensial. (Izdihar, 2023).

Tidak kalah pentingnya adalah ketersediaan ruang komersial di dalam bandara. Ketidakterediaan ruang komersial di dalam bandara dapat menimbulkan

dampak yang signifikan terhadap pendapatan aeronautical. Ruang komersial yang terbatas atau tidak memadai di dalam bandara dapat menghambat kemampuan bandara untuk menarik penyewa dan pedagang ritel yang ingin menjalankan bisnis mereka di dalam terminal (Noverio & Nieamah, 2022). Akibatnya, bandara mungkin kehilangan potensi pendapatan dari sumber-sumber utama seperti sewa ruang komersial, pembayaran kontrak, dan pajak dari penjualan ritel. Ketidaktersediaan ruang komersial yang memadai juga dapat membatasi keragaman produk dan layanan yang ditawarkan kepada penumpang, yang dapat mengurangi minat pengunjung untuk berbelanja atau menggunakan layanan di bandara (Afitasari, 2023). Selain itu, ketidaktersediaan ruang komersial yang memadai juga dapat membuat bandara kehilangan peluang untuk memperluas dan meningkatkan infrastruktur serta fasilitas komersialnya, yang pada gilirannya dapat membatasi potensi pendapatan aeronautical dan kemampuan bandara untuk bersaing dengan bandara lainnya. Oleh karena itu, penting untuk mengatasi masalah ketidaktersediaan ruang komersial di dalam bandara melalui strategi pengembangan yang terarah dan investasi dalam infrastruktur yang diperlukan untuk meningkatkan kapasitas dan ketersediaan ruang komersial di dalam terminal. (Yarlina et al., 2022).

Strategi pemasaran juga memainkan peran besar dalam menarik pengunjung ke ruang komersial di bandara (Karma.Maryati, 2023). Strategi pemasaran yang tidak efektif dapat menjadi faktor yang memengaruhi pendapatan aeronautical di bandara. Ketika strategi pemasaran tidak dilaksanakan dengan baik, bandara mungkin menghadapi tantangan dalam menarik perhatian dan minat penumpang serta pengunjung potensial terhadap berbagai layanan dan fasilitas yang ditawarkan di dalam terminal. Hal ini dapat berdampak negatif pada penggunaan fasilitas non-aeronautical, seperti toko-toko ritel, restoran, dan layanan lainnya, yang merupakan sumber pendapatan utama bagi bandara (Alfayed, 2023). Selain itu, strategi pemasaran yang tidak efektif juga dapat mengurangi kesadaran merek bandara dan citra destinasi, yang dapat mempengaruhi kemampuan bandara untuk menarik maskapai penerbangan dan rute penerbangan baru. Akibatnya, bandara mungkin kehilangan peluang untuk meningkatkan volume lalu lintas penumpang dan pendapatan aeronautical. Oleh karena itu, diperlukan upaya untuk mengevaluasi dan memperbaiki strategi pemasaran bandara agar lebih efektif dalam menjangkau dan memengaruhi target pasar yang tepat, meningkatkan kesadaran merek, dan mendorong pertumbuhan pendapatan aeronautical secara keseluruhan. (cicilya morasa, 2023).

Terakhir, kerjasama bisnis antara bandara dan penyewa ruang komersial juga berkontribusi pada pendapatan non-aeronautical (Izdihar, 2023). Kerjasama yang solid antara bandara dan penyewa ruang komersial adalah kunci untuk menciptakan lingkungan yang mendukung pertumbuhan bisnis di dalam terminal (Joseph, 2020). Namun, ketika kerjasama bisnis tidak optimal, hal ini dapat menghambat potensi pendapatan non-aeronautical. Misalnya, kurangnya kemitraan yang kokoh dapat mengakibatkan kurangnya sinergi antara penyewa dan bandara, yang pada gilirannya dapat menghambat upaya promosi bersama atau pengembangan program loyalitas pelanggan yang efektif (Pranajaya, 2022). Selain itu, kerjasama bisnis yang kurang baik juga dapat mengakibatkan kurangnya inovasi dalam layanan dan produk yang ditawarkan di dalam bandara. Tanpa kolaborasi yang efektif antara bandara dan penyewa ruang komersial, mungkin sulit untuk mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang baru atau tren pasar yang

muncul. Akibatnya, bandara mungkin kehilangan daya tariknya sebagai destinasi belanja dan hiburan yang menarik bagi pengunjung (Languju et al., 2022). Selain itu, kerjasama bisnis yang kurang baik juga dapat mempengaruhi keselarasan antara visi dan strategi bisnis antara bandara dan penyewa ruang komersial. Tanpa kesepahaman yang jelas tentang tujuan bersama dan strategi yang diperlukan untuk mencapainya, mungkin sulit untuk mengoptimalkan potensi pendapatan non-aeronautical di bandara (Setiani, 2023).

KAJIAN LITERATUR

Pendapatan Non Aeronautical di Bandara

Pendapatan non-aeronautical mencakup semua pendapatan yang dihasilkan dari kegiatan non-aviation yang dilakukan di bandara, seperti penjualan ritel, makanan dan minuman, parkir, dan iklan. Pendapatan ini penting untuk meningkatkan profitabilitas bandara (Karma.Maryati, 2023).

Menurut (Rahmadi Islam, 2022) bahwa Pendapatan Non-Aeronautical Adalah Pendapatan non-aeronautical di bandara mencakup berbagai sumber penghasilan yang tidak terkait langsung dengan operasi penerbangan. Sumber-sumber ini meliputi penyewaan ruang untuk toko-toko ritel, restoran, dan kafe, serta pendapatan dari parkir kendaraan, iklan, dan penyewaan lahan untuk fasilitas bisnis seperti hotel dan kantor. Menurut (Joseph, 2020) Pendapatan non-aeronautical di bandara adalah pendapatan yang diperoleh dari sumber-sumber selain operasi penerbangan, seperti sewa toko, restoran, parkir, periklanan, hotel, dan layanan bisnis lainnya di dalam kompleks bandara. Menurut (Arsan, 2021) Pendapatan non-aeronautical adalah pendapatan yang dihasilkan oleh bandara melalui aktivitas selain layanan penerbangan. Ini mencakup berbagai sumber seperti penyewaan ruang komersial, parkir kendaraan, iklan, dan lain-lain. Pendapatan ini sangat penting bagi keberlanjutan finansial bandara, karena dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap total pendapatan dan membantu menutupi biaya operasional serta pengembangan infrastruktur.

Menurut (Edhi, 2023) Indikator Pendapatan Non-Aeronautical

1. Sewa Ruang Ritel: Pendapatan dari penyewaan ruang kepada toko-toko, restoran, dan kios.
2. Iklan di Bandara: Pendapatan dari iklan di papan reklame, layar digital, dan ruang iklan lainnya di area bandara.
3. Lounge dan Fasilitas VIP: Pendapatan dari penyewaan atau penggunaan lounge dan fasilitas VIP.

Pendapatan non-aeronautical yang rendah bagi sebuah bandara dapat berdampak signifikan pada keberlanjutan operasional dan pengembangan fasilitasnya. Ketika pendapatan ini rendah, bandara mungkin kesulitan untuk menginvestasikan kembali dalam infrastruktur, meningkatkan layanan pelanggan, dan menjaga standar keselamatan serta keamanan. (Zulaichah, 2020).

Pendapatan Non Aeronautical ini sudah banyak diteliti oleh peneliti sebelumnya di antaranya adalah (Edhi, 2023; Arsan, 2021; Joseph, 2020; Rahmadi Islam, 2022; Karya Maryati, 2023; Zulaichah, 2020)

Lokasi Strategis Bandara

Lokasi strategis bandara adalah penempatan geografis yang optimal untuk memenuhi berbagai kebutuhan operasional dan aksesibilitas (Ilhami & Pasundan, 2023). Menurut (Subekti, 2022) Penentuan lokasi strategis bandara melibatkan pertimbangan yang luas dan beragam, serta melibatkan sejumlah indikator kunci.

Berikut adalah beberapa indikator yang digunakan untuk menentukan lokasi strategis bandara:

1. Aksesibilitas: Bandara harus mudah diakses oleh penduduk setempat dan memiliki konektivitas yang baik dengan jaringan transportasi darat seperti jalan raya, rel kereta api, dan transportasi umum.
2. Kepadatan Penduduk: Lokasi bandara sebaiknya berdekatan dengan pusat-pusat perkotaan atau daerah dengan kepadatan penduduk yang tinggi untuk memenuhi permintaan perjalanan udara yang signifikan.
3. Ketersediaan Tanah: Lokasi bandara harus memiliki area tanah yang memadai untuk pembangunan infrastruktur bandara serta fasilitas pendukung seperti landasan pacu, terminal, dan apron.

Lokasi strategis bandara memiliki dampak yang signifikan terhadap pendapatan bandara. Bandara yang terletak di lokasi strategis, seperti dekat dengan pusat-pusat perkotaan atau daerah dengan kepadatan penduduk yang tinggi, cenderung memiliki volume penumpang dan kargo yang lebih besar. (Subagiyo et al., 2023).

Lokasi Strategis Bandara sudah banyak di teliti oleh peneliti sebelumnya di antaranya adalah (Subagiyo et al, 2019; Subekti, 2022; Ilhamdi & Pasundan, 2023)

Volume Lalu Lintas Penumpang

Menurut (Atmaja, 2019) Volume lalu lintas penumpang di bandara mengacu pada jumlah total penumpang yang tiba, berangkat, dan transit melalui sebuah bandara dalam periode waktu tertentu, biasanya dihitung per hari, bulan, atau tahun. Menurut (Richter et al., 2019) Indikator atau dimensi volume lalu lintas penumpang di bandara mencakup beberapa aspek utama yang digunakan untuk mengukur dan menganalisis lalu lintas penumpang. Berikut adalah beberapa indikator penting:

1. Jumlah Penumpang Berangkat (Departing Passengers): Total penumpang yang meninggalkan bandara menuju destinasi lain.
2. Jumlah Penumpang Tiba (Arriving Passengers): Total penumpang yang tiba di bandara dari destinasi lain.
3. Jumlah Penumpang Transit (Transit Passengers): Total penumpang yang singgah di bandara sebelum melanjutkan perjalanan ke destinasi akhir.
4. Jumlah Penumpang Internasional (International Passengers): Total penumpang yang terlibat dalam penerbangan internasional, baik berangkat maupun tiba.
5. Jumlah Penumpang Domestik (Domestic Passengers): Total penumpang yang terlibat dalam penerbangan domestik, baik berangkat maupun tiba.

Menurut (Nugraha et al., 2023) Volume Lalu Lintas Penumpang memiliki pengaruh signifikan terhadap berbagai aspek operasional dan ekonomi bandara. Peningkatan volume lalu lintas penumpang dapat mendorong peningkatan pendapatan dari berbagai sumber, seperti biaya layanan penumpang, parkir, ritel, dan konsesi makanan serta minuman.

Volume Lalu Lintas Penumpang di Bandara sudah banyak di teliti oleh peneliti sebelumnya di antaranya adalah (Nugraha et al. 2023; Richter et al. 2019; Atmaja, 2023)

Ketersediaan Ruang Komersial

Ruang Komersial adalah area atau lokasi di dalam bandara yang digunakan untuk kegiatan perdagangan dan bisnis (Rizky, 2023) . Biasanya, ruang komersial ini mencakup toko-toko ritel, restoran, kafe, dan layanan lainnya yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan penumpang dan pengunjung bandara (Noverio &

Nieamah, 2022). Indikator utama dalam pembangunan ruang komersial di bandara meliputi:

1. **Volume Penumpang:** Volume penumpang yang tinggi menunjukkan potensi pasar yang besar untuk bisnis ritel dan layanan di bandara. Kenaikan jumlah penumpang biasanya menjadi dorongan bagi pengembang untuk memperluas atau meningkatkan ruang komersial.
2. **Profil Penumpang:** Memahami profil demografis dan preferensi belanja penumpang adalah kunci dalam merancang portofolio bisnis yang tepat di bandara. Misalnya, bandara yang melayani banyak wisatawan internasional mungkin memprioritaskan merek dan produk yang bersifat internasional atau mewah.
3. **Lokasi dan Aksesibilitas:** Ruang komersial yang mudah diakses dan terletak strategis di dalam bandara cenderung memiliki tingkat kunjungan yang lebih tinggi. Area-area di dekat pintu masuk, area tunggu, atau jalur transit biasanya menjadi lokasi yang sangat diinginkan.

Menurut (Afitasari, 2023) Ruang komersial di bandara memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan bandara. Sebagai sumber pendapatan non-aeronautika, ruang komersial menyumbang sebagian besar dari pendapatan bandara. Penyewaan tempat usaha kepada penyedia layanan dan merek-merek ritel, serta pendapatan dari penjualan, iklan, dan pajak, semuanya merupakan kontribusi penting.

Ruang Komersial di bandara sudah banyak di teliti oleh peneliti sebelumnya di antaranya adalah (Rizky, 2023; Noverio & Niemah, 2022; Afitasari, 2023)

Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah rencana terperinci yang dirancang oleh sebuah perusahaan untuk mencapai tujuan pemasaran mereka (Alfayed, 2023). Dengan menyusun strategi yang tepat, perusahaan dapat memaksimalkan peluang untuk meningkatkan penjualan, memperluas pangsa pasar, dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan. Menurut (Cicilya Morasa, 2023) Kesuksesan strategi pemasaran dapat diukur melalui sejumlah indikator yang mencakup:

1. **Peningkatan Penjualan:** Pertumbuhan dalam penjualan produk atau layanan menjadi indikator utama kesuksesan strategi pemasaran. Peningkatan penjualan dapat mengindikasikan bahwa strategi pemasaran berhasil menarik minat konsumen dan mendorong pembelian.
2. **Peningkatan Pasar:** Jika strategi pemasaran berhasil, perusahaan dapat melihat peningkatan dalam pasar mereka. Ini menunjukkan bahwa mereka telah berhasil mengambil bagian yang lebih besar dalam pasar dan mendapatkan kepercayaan konsumen.
3. **Tingkat Kepuasan Pelanggan:** Kepuasan pelanggan adalah faktor penting dalam menilai kesuksesan strategi pemasaran. Jika konsumen merasa puas dengan produk atau layanan, mereka lebih cenderung untuk kembali membeli dan merekomendasikan kepada orang lain.

Menurut (Alfayed, 2023) Strategi pemasaran yang efektif di bandara dapat memiliki pengaruh signifikan terhadap penghasilan. Dengan menargetkan pengunjung bandara sebagai pasar potensial, strategi pemasaran yang baik dapat meningkatkan kesadaran akan layanan, toko, dan restoran di bandara, yang pada gilirannya dapat meningkatkan jumlah penjualan. Pemasaran yang terarah juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian impuls dari penumpang yang sedang menunggu.

Strategi pemasaran di bandar udara sudah pernah diteliti sebelumnya yaitu (Alfayed, 2023; Cicilya Morasa, 2023)

Kerja Sama Bisnis

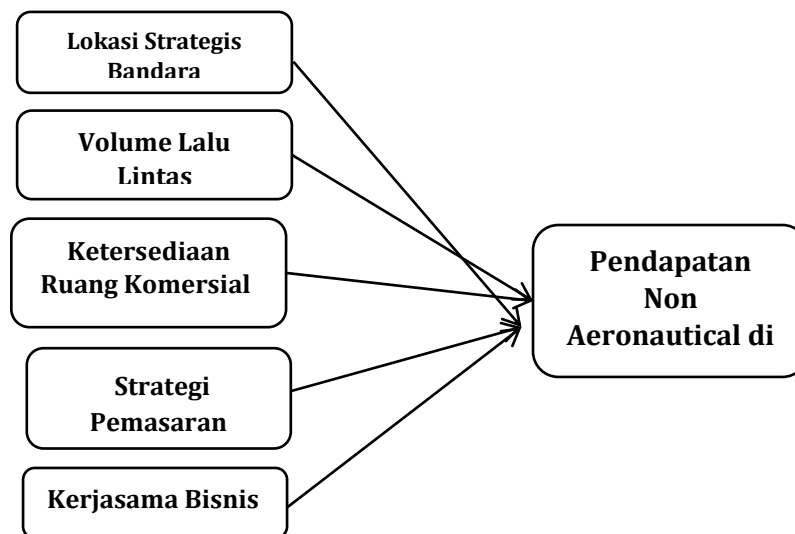
Kerjasama bisnis di bandara adalah kerjasama antara pihak-pihak yang terlibat dalam industri penerbangan dan layanan bandara untuk saling mendukung dan menguntungkan bandara (Setiani, 2023). Menurut (Pranajaya, 2022) Keberhasilan kerjasama bisnis di bandara dapat ditentukan oleh sejumlah indikator, termasuk:

1. **Pertumbuhan Pendapatan:** Kenaikan pendapatan bagi semua pihak yang terlibat dalam kerjasama, seperti maskapai penerbangan, penyedia layanan bandara, dan penyedia jasa lainnya, dapat menjadi indikator keberhasilan. Ini bisa meliputi peningkatan penjualan tiket pesawat, pendapatan dari sewa ruang dan fasilitas bandara, serta pendapatan dari penjualan produk dan layanan tambahan.
2. **Tingkat Kepuasan Pelanggan:** Jika kerjasama berhasil, pengalaman pelanggan di bandara akan meningkat. Ini dapat tercermin dalam umpan balik positif dari penumpang tentang kualitas layanan, kenyamanan, dan beragamnya pilihan yang tersedia di bandara.
3. **Efisiensi Operasional:** Kerjasama yang sukses di bandara juga akan meningkatkan efisiensi operasional untuk semua pihak yang terlibat. Ini bisa berarti peningkatan dalam proses check-in, boarding, dan pemrosesan bagasi, serta pengelolaan lalu lintas penumpang dan pesawat yang lebih lancar.

Menurut (Izdihar, 2023) Kerjasama bisnis di bandara memiliki dampak signifikan terhadap penghasilan bandara dengan cara diversifikasi dan peningkatan sumber pendapatan. Melalui kemitraan dengan maskapai penerbangan, perusahaan retail, restoran, dan penyedia layanan lainnya, bandara dapat mengoptimalkan penggunaan ruang dan fasilitas yang dimilikinya. Misalnya, sewa ruang untuk gerai retail dan restoran, biaya layanan penanganan pesawat dan penumpang, serta perjanjian promosi bersama dapat meningkatkan arus kas bandara. Kerja sama bisnis di bandar udara sudah banyak diteliti oleh peneliti sebelumnya di antaranya adalah (Izdihar, 2023; Pranajaya, 2022; Setiani, 2023)

KERANGKA KONSEPTUAL

Berdasarkan rumusan masalah, kajian teori, penelitian terdahulu yang relevan dan pembahasan pengaruh antar variabel, maka di perolah rerangka berfikir artikel ini seperti di bawah ini.



Gambar 1
Kerangka Konseptual

Berdasarkan gambar *conceptual framework* di atas, lokasi strategis bandara, volume lalu lintas penumpang, ketersediaan ruang komersial, strategi pemasaran, dan kerjasama bisnis berpengaruh terhadap pendapatan non aeronautical di bandara. Selain dari tiga variabel eksogen ini yang memengaruhi pendapatan non aeronautical di bandara masih banyak variabel lain yang mempengaruhinya diantaranya adalah:

- a) Fasilitas Lounge Eksekutif (Noverio & Nieamah, 2022)
- b) Program Loyalitas Penumpang (Atsal, 2022)
- c) Pendapatan dari Lisensi (Purnomo, 2023)
- d) Kapasitas Bandara (Yarlina et al., 2022)
- e) Infrastruktur Bandara (Setiani, 2023)
- f) Perjanjian dengan Maskapai (Qumar et al., 2021)
- g) Kebijakan Pemerintah (Sopanudin, 2023)

METODE PENELITIAN

Metode penulisan artikel ilmiah ini mengadopsi pendekatan kualitatif yang memfokuskan pada kajian pustaka atau library research. Pendekatan ini bertujuan untuk melakukan analisis mendalam terhadap teori-teori yang relevan serta menggali hubungan atau pengaruh antar variabel yang menjadi fokus penelitian. Sumber-sumber yang digunakan dalam penelitian ini meliputi buku-buku dan jurnal, yang dapat diakses baik secara konvensional di perpustakaan maupun secara daring melalui berbagai platform seperti Mendeley, Google Scholar, dan media online lainnya. Dengan menggunakan metode kualitatif, penulis dapat menggali wawasan yang mendalam terkait dengan topik yang diteliti.

Kajian pustaka yang dilakukan secara menyeluruh memungkinkan penulis untuk mengeksplorasi berbagai sudut pandang dan pendekatan yang ada dalam literatur ilmiah. Melalui proses ini, penulis dapat memperjelas pemahaman mengenai konsep-konsep yang menjadi dasar dari penelitian serta memperkuat argumentasi dengan merujuk pada penelitian-penelitian terkait yang telah dilakukan sebelumnya. Dengan demikian, metode penulisan ini memastikan

bahwa artikel ilmiah yang dihasilkan tidak hanya didasarkan pada pemikiran atau opini semata, tetapi juga disokong oleh landasan teori yang kuat serta didukung oleh bukti-bukti empiris yang dapat dipertanggungjawabkan. Hal ini menjadikan artikel ilmiah tersebut lebih kredibel dan relevan dalam konteks akademik.

Alur Penelitian *Library Research* yaitu Tahap pertama adalah identifikasi topik dan perumusan pertanyaan penelitian. Peneliti menetapkan fokus penelitian dan mengembangkan pertanyaan yang akan dijawab melalui kajian literatur. Sumber informasi relevan dikumpulkan dari buku, jurnal, dan sumber daring dengan menggunakan kata kunci yang tepat. Tahap kedua adalah evaluasi dan analisis sumber. Peneliti menilai kredibilitas dan relevansi sumber, mengidentifikasi tema utama, dan mengevaluasi argumen serta bukti. Informasi diorganisasikan berdasarkan tema atau konsep untuk memudahkan penyusunan kerangka teoritis dan analisis. Tahap ketiga adalah sintesis dan penyusunan laporan. Peneliti menyusun hasil analisis ke dalam artikel ilmiah terstruktur yang mencakup pendahuluan, tinjauan pustaka, dan pembahasan. Artikel harus mencerminkan pemahaman mendalam terhadap topik dan didukung oleh bukti kuat, sehingga memberikan kontribusi signifikan dalam bidang ilmu terkait.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan Kajian teori dan penelitian terdahulu yang relevan maka pembahasan artikel literature review ini dalam konsentrasi Operasi Bandar Udara adalah:

Pengaruh Lokasi Strategis Bandara Terhadap Pendapatan Non Aeronautical

Lokasi Strategis Bandara berpengaruh terhadap Pendapatan Non Aeronautical, dimana dimensi atau indikator Lokasi Strategis Bandara (Aksesibilitas, Kepadatan Penduduk, Ketersediaan Tanah) berpengaruh terhadap dimensi atau indikator Pendapatan non Aeronautical bandara. Menurut (Rizky, 2023) Lokasi strategis bandara memiliki pengaruh signifikan terhadap pendapatan non-aeronautical, yang mencakup berbagai sumber pendapatan selain dari layanan penerbangan langsung, seperti ritel, makanan dan minuman, parkir, dan jasa perhotelan.

Bandara dengan lokasi strategis sering kali menjadi hub transportasi yang penting, menghubungkan berbagai rute domestik dan internasional. Keberadaan sebagai hub ini meningkatkan lalu lintas penumpang dan menciptakan kesempatan untuk mengembangkan berbagai layanan tambahan seperti pusat perbelanjaan, restoran, dan hotel. Pendapatan dari parkir dan penyewaan ruang untuk bisnis juga meningkat seiring dengan peningkatan jumlah penumpang yang menggunakan bandara sebagai titik transit (Ilhami & Pasundan, 2023) . Dengan demikian, bandara yang strategis tidak hanya mengandalkan pendapatan dari tiket penerbangan tetapi juga dari berbagai sumber non-aeronautical yang terkait dengan tingginya volume dan diversitas pengunjung.

Lokasi yang strategis memungkinkan bandara untuk menjalin kerjasama dengan berbagai pihak ketiga, termasuk perusahaan ritel besar dan merek internasional, yang melihat nilai dalam menempatkan bisnis mereka di area yang ramai dan strategis. Kemitraan ini dapat membawa pendapatan tambahan melalui sewa ruang komersial dan kesepakatan pemasaran eksklusif. Infrastruktur yang baik dan konektivitas yang tinggi dari bandara strategis juga menarik investasi lebih lanjut dalam pengembangan fasilitas modern dan inovatif, yang pada gilirannya memperkuat daya tarik bandara sebagai pusat kegiatan komersial dan

meningkatkan pendapatan non-aeronautical secara keseluruhan (Subagiyo et al., 2023).

Pengaruh Volume Lalu lintas Penumpang di Bandara terhadap Pendapatan Non Aeronautical

Volume Lalu Lintas Penumpang di Bandara berpengaruh terhadap Pendapatan Non Aeronautical, dimana dimensi atau indikator Volume Lalu lintas Penumpang di Bandara (Jumlah Penumpang Berangkat/Departing Passengers, Jumlah Penumpang Tiba/Arriving Passengers, Jumlah Penumpang Transit/Transit Passengers, Jumlah Penumpang Internasional /International Passengers, Jumlah Penumpang Domestik/Domestic Passengers) berpengaruh terhadap dimensi atau indikator Pendapatan non Aeronautical Bandara. Volume lalu lintas penumpang di bandara memiliki dampak signifikan terhadap pendapatan non-aeronautical, yang mencakup semua pendapatan yang dihasilkan di bandara selain dari aktivitas penerbangan itu sendiri (Richter et al., 2019). Peningkatan jumlah penumpang sering kali berkorelasi langsung dengan peningkatan pendapatan dari berbagai sumber, seperti toko ritel, restoran, dan jasa parkir. Ketika lebih banyak penumpang melewati bandara, lebih banyak pula transaksi yang terjadi di berbagai fasilitas tersebut, yang pada akhirnya meningkatkan pendapatan non-aeronautical.

Tingginya volume penumpang juga mendorong bandara untuk meningkatkan fasilitas dan layanan yang tersedia. Hal ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan kenyamanan dan kepuasan penumpang, tetapi juga untuk menarik lebih banyak pengunjung dan konsumen. Bandara yang dilengkapi dengan fasilitas seperti pusat perbelanjaan, lounge, dan area rekreasi sering kali mampu menarik pendapatan tambahan yang signifikan (Nugraha et al., 2023). Dengan kata lain, semakin ramai bandara, semakin besar peluang bagi bandara tersebut untuk meningkatkan pendapatan dari sektor non-aeronautical melalui penyediaan layanan dan produk yang beragam dan berkualitas.

Volume lalu lintas penumpang yang tinggi dapat menarik lebih banyak mitra bisnis untuk membuka gerai atau layanan di bandara. Perusahaan ritel dan penyedia jasa sering kali melihat bandara yang sibuk sebagai lokasi strategis untuk investasi karena aliran penumpang yang stabil menjanjikan pasar yang luas (Atmaja, 2019). Kerjasama dengan berbagai mitra bisnis ini tidak hanya meningkatkan variasi dan kualitas layanan yang ditawarkan kepada penumpang tetapi juga berkontribusi signifikan terhadap pendapatan non-aeronautical bandara. Sehingga, volume lalu lintas penumpang yang tinggi menjadi salah satu indikator utama yang memengaruhi keberhasilan dan profitabilitas sektor non-aeronautical di bandara.

Pengaruh Ketersediaan Ruang Komersial Terhadap Pendapatan Non Aeronautical

Ketersediaan ruang komersial di bandara berpengaruh terhadap Pendapatan Non Aeronautical, dimana dimensi atau indikator Lokasi Strategis Bandara (volume penumpang, profil penumpang, Lokasi dan Aksesibilitas) berpengaruh terhadap dimensi atau indikator Pendapatan non Aeronautical bandara. Ketersediaan ruang komersial di bandar udara memiliki pengaruh signifikan terhadap pendapatan non-aeronautical. Pendapatan non-aeronautical adalah sumber pendapatan yang tidak terkait langsung dengan operasi penerbangan, seperti sewa ruang untuk toko, restoran, dan fasilitas hiburan. Ketika ruang komersial tersedia lebih banyak dan beragam, bandara dapat

menarik lebih banyak penyewa dan menawarkan berbagai layanan yang diminati oleh penumpang dan pengunjung (Noverio & Nieamah, 2022). Ini tidak hanya meningkatkan kenyamanan dan kepuasan pengguna bandara tetapi juga menambah pendapatan melalui sewa dan bagi hasil dari penjualan.

Selain itu, diversifikasi ruang komersial memungkinkan bandara untuk menciptakan ekosistem bisnis yang dinamis (Afitasari, 2023). Hal ini secara langsung berkontribusi pada pendapatan non-aeronautical dan dapat menjadi penyeimbang pendapatan yang signifikan ketika ada fluktuasi dalam jumlah penerbangan dan penumpang.

Terakhir, keberhasilan dalam mengelola dan mengembangkan ruang komersial juga dapat meningkatkan reputasi bandara sebagai destinasi tujuan, bukan hanya tempat transit. Bandara yang dikenal dengan fasilitas komersialnya yang menarik dan beragam cenderung menjadi pilihan preferensi bagi penumpang. Efek jangka panjangnya, bandara tersebut dapat meningkatkan lalu lintas penumpang yang lebih tinggi secara keseluruhan, baik melalui peningkatan penerbangan maupun frekuensi kunjungan (Rizky, 2023). Dengan demikian, ketersediaan dan optimalisasi ruang komersial memainkan peran penting dalam strategi pendapatan non-aeronautical yang berkelanjutan bagi bandara.

Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Pendapatan Non Aeronautical

Lokasi Strategis Bandara berpengaruh terhadap Pendapatan Non Aeronautical, dimana dimensi atau indikator Lokasi Strategis Bandara (peningkatan penjualan, peningkatan pasar, tingkat kepuasan pelanggan) berpengaruh terhadap dimensi atau indikator Pendapatan non Aeronautical bandara. Strategi pemasaran memiliki peran krusial dalam meningkatkan pendapatan non-aeronautical di bandara. Pendapatan non-aeronautical mencakup segala pendapatan yang diperoleh dari aktivitas selain penerbangan, seperti retail, food and beverage (F&B), parkir, iklan, dan layanan lainnya. Dengan mengoptimalkan strategi pemasaran, bandara dapat memaksimalkan penggunaan ruang komersial dan meningkatkan daya tarik bagi penumpang (Alfayed, 2023). Misalnya, penempatan toko dan restoran yang strategis serta penyediaan fasilitas yang nyaman dapat mendorong penumpang untuk menghabiskan lebih banyak waktu dan uang di bandara.

Pendekatan pemasaran yang efektif melibatkan analisis pasar yang mendalam untuk memahami kebutuhan dan preferensi pelanggan. Bandara dapat menggunakan data analitik untuk menentukan jenis produk dan layanan yang paling diminati serta waktu terbaik untuk promosi. Penerapan teknologi seperti aplikasi mobile juga dapat membantu dalam memberikan penawaran khusus dan informasi yang relevan kepada penumpang secara real-time. Selain itu, kerjasama dengan merek-merek terkenal dan penyelenggaraan event khusus di area bandara dapat menarik lebih banyak pengunjung dan meningkatkan pendapatan non-aeronautical (Alfayed, 2023).

Selain aspek operasional, pengalaman pelanggan juga menjadi fokus dalam strategi pemasaran bandara. Memberikan pengalaman yang positif melalui layanan berkualitas tinggi, kebersihan, dan fasilitas modern dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan citra bandara. Program loyalitas dan diskon khusus bagi penumpang setia juga dapat menjadi alat yang efektif untuk mendorong pengeluaran (Cicilya Morasa, 2023). Dengan demikian, strategi pemasaran yang holistik dan berorientasi pada pelanggan tidak hanya meningkatkan pendapatan non-aeronautical tetapi juga memperkuat posisi bandara sebagai destinasi

komersial yang menarik.

Pengaruh Kerjasama Bisnis terhadap Pendapatan Non Aeronautical

Lokasi Strategis Bandara berpengaruh terhadap Pendapatan Non Aeronautical, dimana dimensi atau indikator Lokasi Strategis Bandara (pertumbuhan pendapatan, tingkat kepuasan pelanggan, efisiensi operasional) berpengaruh terhadap dimensi atau indikator Pendapatan non Aeronautical bandara. Kerjasama bisnis memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan pendapatan non-aeronautical di sektor penerbangan. Pendapatan non-aeronautical mencakup berbagai sumber di luar aktivitas utama penerbangan, seperti ritel, makanan dan minuman, iklan, serta jasa parkir. Melalui kerjasama bisnis, bandara dapat menjalin kemitraan dengan berbagai perusahaan untuk membuka gerai ritel dan restoran yang menarik bagi para penumpang. Hal ini tidak hanya meningkatkan kenyamanan penumpang, tetapi juga mendorong peningkatan pembelian yang berdampak langsung pada pendapatan non-aeronautical bandara (Pranajaya, 2022).

Kerjasama bisnis dengan perusahaan periklanan dan media dapat membantu bandara memaksimalkan penggunaan ruang iklan yang tersedia. Ruang iklan di bandara merupakan aset berharga karena jumlah pengunjung yang tinggi dan beragam. Dengan menggandeng mitra yang tepat, bandara bisa mendapatkan pendapatan signifikan dari iklan yang dipasang di berbagai lokasi strategis seperti terminal, area parkir, dan fasilitas umum lainnya (Izdihar, 2023). Kerjasama ini memungkinkan bandara untuk menawarkan paket iklan yang menarik dan relevan bagi pengiklan, sehingga meningkatkan pendapatan non-aeronautical secara substansial.

Kerjasama bisnis juga dapat melibatkan pengelolaan fasilitas dan layanan tambahan, seperti hotel, lounge eksekutif, dan jasa transportasi. Mitra bisnis yang berpengalaman di bidang ini bisa membantu mengoptimalkan operasi dan meningkatkan kualitas layanan, yang pada gilirannya akan meningkatkan kepuasan penumpang dan frekuensi penggunaan layanan tambahan tersebut (Setiani, 2023). Dengan demikian, kerjasama bisnis tidak hanya berkontribusi terhadap diversifikasi sumber pendapatan non-aeronautical, tetapi juga membantu bandara dalam mengembangkan ekosistem bisnis yang lebih holistik dan berkelanjutan.

KESIMPULAN

Riset ini bertujuan untuk menguji berbagai faktor yang mempengaruhi pendapatan non-aeronautical di bandara. Salah satu hipotesis yang diajukan adalah bahwa lokasi strategis bandara memiliki pengaruh signifikan terhadap pendapatan non-aeronautical. Bandara yang terletak di kawasan yang mudah diakses oleh transportasi darat dan dekat dengan pusat bisnis atau wisata cenderung menarik lebih banyak penumpang yang pada gilirannya meningkatkan peluang pendapatan dari aktivitas non-aeronautical seperti toko ritel, restoran, dan layanan parkir. Selain itu, volume lalu lintas penumpang juga dihipotesiskan berpengaruh besar terhadap pendapatan non-aeronautical. Semakin banyak penumpang yang menggunakan bandara, semakin besar pula potensi pendapatan dari berbagai layanan dan fasilitas yang disediakan oleh bandara.

Di samping itu, ketersediaan ruang komersial di bandara dianggap sebagai faktor penting dalam meningkatkan pendapatan non-aeronautical. Bandara dengan ruang komersial yang luas dan beragam dapat menawarkan lebih banyak pilihan kepada penumpang, dari toko ritel hingga layanan perbankan, yang dapat

meningkatkan pengeluaran penumpang di bandara. Strategi pemasaran yang efektif juga diperkirakan memiliki dampak signifikan, di mana promosi yang tepat dan program loyalitas yang menarik dapat mendorong penumpang untuk lebih banyak menghabiskan waktu dan uang di bandara. Terakhir, kerjasama bisnis dengan berbagai perusahaan, seperti penyedia layanan logistik dan merek ternama, juga dapat meningkatkan pendapatan non-aeronautical dengan menawarkan berbagai layanan dan produk yang menarik bagi penumpang. Hipotesis ini akan diuji melalui analisis data untuk menentukan seberapa besar pengaruh masing-masing faktor terhadap pendapatan non-aeronautical di bandara.

DAFTAR PUSTAKA

- Afitasari, E. (2023). *Pengaruh fasilitas ruang tunggu terhadap kepuasan penumpang di bandar udara depati amir pangkalpinang*. 3(1), 9–19.
- Aldiefa, A., & Oktavianor, T. (2024). *Analisis Strategi Bisnis Non Aeronautika PT Angkasa Pura I Bandara Internasional Syamsudin Noor Banjarmasin*. 13, 1–9.
- Alfayed, D. (2023). *Analisis strategi pemasaran maskapai lion air pada masa pandemi covid 19 di bandar udara sultan hasanudin makasar*. 3(1), 2–6.
- Arsan, B. (2021). *Strategi peningkatan performa pendapatan Non- Aeronautika berbasis mix marketing*. 2(4).
- Atmaja, Y. N. (2019). *Analisis Dampak Lalu lintas Bandara Kulon Progo*. 27(4), 221. <https://doi.org/10.25104/warlit.v27i4.786>
- Atsal, N. (2022). *Analisis pengaruh Kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa transportasi*.
- Ayuningtyas, W., Udara, M. T., Tinggi, S., & Kedirgantaran, T. (2022). *Analisis dampak sosial ekonomi pembangunan bandar udara Internasional Yogyakarta (YIA) Bagi Kepala Keluarga di desa Glagah Kulon Progo*. 6(1), 858–865.
- cicilya morasa, J. (2023). *strategi pemasaran city check in di bandara soekarno-hatta*.
- Edhi, B. (2023). *Meningkatkan Keputusan Pembelian retail Melalui Kepuasan Konsumen di Bandara SOETA*. 6(2), 99–111.
- Ilhami, R., & Pasundan, U. (2023). *Peran Pemerintah dalam pemberdayaan masyarakat di kawasan Bandara Internasional Jawa Barat*. 2(1), 57–67.
- Izdihar, R. P. (2023). *Hubungan antara kinerja Bandara dengan skema pembiayaan Public Private Partnership: Studi kasus bandara dalam lingkup pengelolaan Angkasa Pura II*. 16(2), 318–330.
- Joseph, V. (2020). *Pengaruh seleksi dan penempatan kerja terhadap kinerja karyawan PT Angkasa pura 1 Bandara Internasional Sam ratulangi Manado*. 1.
- Karma.Maryati. (2023). *Analisa Pengelolaan Produksi dan Biaya Investigasi Fasilitas Bandar Udara untuk Memprediksi Peningkatan Revenue*. 44(2).
- Languju, C., Morasa, J., Budiarmo, N., Akuntansi, J., Ekonomi, F., Ratulangi, U. S., & Bahu, K. (2022). *Pendekatan Metode Target Costing pada Pendapatan Sewa Ruang Dalam Meningkatkan Laba Perusahaan pada PT . Angkasa Pura 1 (Persero) Bandar Udara Sam Ratulangi Manado Target Costing Method Approach to Space Rent Revenue in Increasing Company Profit at Pt .* 5(2), 389–397.
- Noverio, A., & Nieamah, K. F. (2022). *Pengaruh fasilitas ruang tunggu terhadap kepuasan penumpang di bandar udara tebelian sintang kalimantan barat*. 6(1), 914–923.

- Nugraha, A. W., Wicaksono, A., Kusumaningrum, R., Teknik, J., Teknik, S., Brawijaya, U., Teknik, F., Brawijaya, U., Baru, S., Tiga, S., Samarinda, B., Bandara, S. T., & Baru, B. S. (2023). *Kajian dampak lalu lintas terhadap bandara Samarinda baru*. 73.
- Pranajaya, A. (2022). *Kerjasama Antara PT Angkasa Pura I dan Perum LPPNPI dalam Penyediaan Layanan Fasilitas Bandar Udara*. 4, 11662–11667.
- Purnomo, H. (2023). *kajian dampak kenaikan harga avtur terhadap keuntungan Pendapatan maskapai penerbangan (rute jakarta-yogyakarta)*.
- Kumar, A. N. N. N., Sriwijaya, U., & Hukum, F. (2021). *Analisis yuridis fungsi surat muatan udara di dalam perjajian pengangkutan barang melalui maskapai penerbangan*.
- Rahmadi Islam. (2022). *Pendataan bandar udara berfungsi sebagai pendukung peningkatan layanan* (Issue 3, pp. 1–13).
- Richter, L. E., Carlos, A., & Beber, D. M. (2019). *analisis model prediksi peningkatan lalu lintas udara bandar udara Husein sastranegara Bandung. I*.
- Rizky, I. (2023). *Jurnal Perhubungan Udara Bandar Udara Internasional Jawa Barat (BIJB) dan Potensi Kertajati Sebagai Aerocity*. 43–50.
- Setiani, B. (2023). *Prinsip- prinsip manajemen pengelolaan bandar udara*. 3.
- Sopanudin, A. (2023). *Konflik Lahan Pertanian dalam Pembangunan Bandara Internasional di Kulon Progo*. 6(1), 2–18.
- Subagiyo, A., Besar, K. M., Majang, B., Melaham, K. L., & Laham, K. (2023). *Pemilihan lokasi bandar udara kabupaten mahakam ulu*. 7(0341), 119–130.
- Subekti, S. (2022). *strategi pengembangan bandar udara H. Hasan aeroboesman ende dalam meningkatkan pelayanan penumpang*. 171–180.
- Yarlina, L., Pusat, P., & Udara, P. (2022). *Analisis Kapasitas Terminal Penumpang Di Bandar Udara SMB II Palembang Analysis Capacity of Passengers Terminal at SMB Palembang Airport*. 38(2), 118–135.
- Zulaichah. (2020). *Penerapan Skema Badan Layanan Umum Dalam Pengelolaan Keuangan Bandar Udara Internasional Jawa Barat*. 42(3), 149–164. <https://doi.org/10.25104/wa.v42i3.245.149-164>