

**KAJIAN MINAT PERUSAHAAN BER-IKLAN UNTUK
MENINGKATKAN PENDAPATAN DI AREA SISI UDARA DI
BANDARA INTERNASIONAL AHMAD YANI**

TUGAS AKHIR

Karya tulis sebagai satu syarat lulus pendidikan
Program Studi Diploma Tiga
Manajemen Bandar Udara

Oleh:

Tar. SISK A AULIA

NIT: 55242030047



**PROGRAM STUDI DIPLOMA TIGA
MANAJEMEN BANDAR UDARA
POLITEKNIK PENERBANGAN PALEMBANG
JULI 2023**

ABSTRAK

KAJIAN MINAT PERUSAHAAN BER-IKLAN UNTUK MENINGKATKAN PENDAPATAN DI AREA SISI UDARA DI BANDARA INTERNASIONAL AHMAD YANI

Oleh:

Tar. SISKI AULIA

NIT: 55242030030

Program Studi D-III Manajemen Bandar Udara

Penelitian ini ditujukan untuk mengoptimalkan pemanfaatan fasilitas garbarata di Bandar Udara Internasional Jenderal Ahmad Yani untuk menarik minat perusahaan beriklan. Upaya ini digunakan untuk meningkatkan pendapatan bandara Internasional Ahmad Yani. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. pengumpulan data dilakukan dengan metode observasi, wawancara maupun dokumentasi sehingga penulis dapat memperoleh gambaran bagaimana minat perusahaan ber Iklan di Garbarata Bandar Udara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Minat perusahaan beriklan di Garbarata cukup minim, bahkan tidak ada sama sekali. Hal ini dikarenakan faktor informasi mengenai penyewaan iklan ini tidak sampai kepada pihak calon pengiklan, dan penetapan biaya yang tinggi bagi calon pengiklan. Untuk meningkatkan minat iklan tersebut, maka diperlukan upaya maupun solusi bagi pihak Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang sebagai cara untuk meningkatkan minat serta penyebarluasan informasi tentang sewa iklan tersebut, seperti peningkatan strategi promosi melalui beberapa sosial media yang harus di tingkatkan dan pengadaan sistem diskon, penurunan harga, atau fleksibilitas dimensi iklan untuk menarik minat perusahaan.

Kata kunci: Garbarata, Minat iklan, Strategi promosi.

ABSTRACT

INTEREST STUDY OF THE COMPANY'S ADVERTISING TO INCREASE REVENUE IN THE AIRSIDE AREA OF AHMAD YANI INTERNATIONAL AIRPORT

By:

Tar. SISK A AULIA

NIT: 55242030030

***PROGRAM STUDY OF DIPLOMA THREE
AIRPORT MANAGEMENT***

This research is aimed at optimizing the utilization of aerobridged facilities at General Ahmad Yani International Airport to attract advertising companies. This effort was used to increase the revenue of Ahmad Yani International airport. This research uses qualitative methods with a descriptive approach. Data collection is carried out by observation, interview and documentation methods so that the author can get an idea of how the company's interest in advertising at Garbarata General Ahmad Yani International Airport Semarang. The results of this study show that the company's interest in advertising in Garbarata is quite minimal, even non-existent. This is because the information factor about ad rentals does not reach potential advertisers, and high costs for potential advertisers. To increase the interest in advertising, efforts and solutions are needed for General Ahmad Yani Airport Semarang as a way to increase interest and disseminate information about the advertising rental, such as improving promotional strategies through several social media that must be increased and procuring a discount system, price reduction, or flexibility of advertising dimensions to attract company interest.

Keywords: Aviobridge, Ad interest, Promotion strategy.

PENGESAHAN PEMBIMBING

Tugas Akhir: "KAJIAN MINAT PERUSAHAAN BER-IKLAN UNTUK MENINGKATKAN PENDAPATAN DI AREA SISI UDARA DI BANDARA INTERNASIONAL AHMAD YANI" telah diperiksa dan disetujui untuk diuji sebagai salah satu syarat lulus pendidikan Program Studi Diploma Tiga Manajemen Bandar Udara Angkatan ke-I Politeknik Penerbangan Palembang.



Nama: SISKA AULIA
NIT : 55242030047

PEMBIMBING I

ANTON ABDULLAH, S.T., M.M.
Pembina (IV/a)
NIP: 19890121 200912 1 002

PEMBIMBING II

WILDAN NUGRAHA, S.E. MS. ASM.
Penata (III/c)
NIP: 19781025 200003 1 001

KETUA PROGRAM STUDI

DWI CANDRA YUNIAR., S.H., S.ST., M.Si.
Pembina (IV/a)
NIP: 19760612 199803 1 001

PENGESAHAN PENGUJI

Tugas Akhir: "KAJIAN MINAT PERUSAHAAN BER-IKLAN UNTUK MENINGKATKAN PENDAPATAN DI AREA SISI UDARA DI BANDARA INTERNASIONAL AHMAD YANI" telah diperiksa dan disetujui untuk diuji sebagai salah satu syarat lulus pendidikan Program Studi Diploma Tiga Manajemen Bandar Udara Angkatan ke-1 Politeknik Penerbangan Palembang. Tugas Akhir ini telah dinyatakan LULUS Program Diploma III pada Tanggal 25 Juli 2023.

ANGGOTA



VIKTOR SURYAN, S.T., M.Sc.
Penata Tingkat I (III/d)
NIP: 19861008 200912 1 004

SEKRETARIS



ANTON ABDULLAH, S.T., M.M
Pembina (IV/a)
NIP: 19890121 200912 1 002

KETUA



DWI CANDRA YUNIAR., S.H., S.ST., M.Si
Pembina (IV/a)
NIP: 19760612 199803 1 001

v

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Siska Aulia
NIT : 55242030047
Program Studi : Manajemen Bandar Udara

Menyatakan bahwa Tugas Akhir berjudul "KAJIAN MINAT PERUSAHAAN BER-IKLAN UNTUK MENINGKATKAN PENDAPATAN DI AREA SISI UDARA DI BANDARA INTERNASIONAL AHMAD YANI" merupakan karya saya bukan merupakan hasil plagiarism.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik dari Politeknik Penerbangan Palembang. Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Palembang, 25 Juli 2023

Yang Membuat Pernyataan



Siska Aulia

PEDOMAN PENGGUNAAN TUGAS AKHIR

Tugas Akhir D.III yang tidak dipublikasikan terdaftar dan tersedia di Perpustakaan Politeknik Penerbangan Palembang, dan terbuka untuk umum dengan ketentuan bahwa hak cipta ada pada pengarang dengan mengikuti aturan yang berlaku di Politeknik Penerbangan Palembang. Referensi kepustakaan diperkenankan dicatat, tetapi pengutipan atau peringkasan hanya dapat dilakukan seizin pengarang dan harus di sertai dengan kaidah ilmiah untuk menyebutkan sumbernya.

Sitasi hasil penelitian Tugas Akhir ini dapat ditulis dalam Bahasa Indonesia sebagai berikut:

Siska, A. (2023): Kajian minat perusahaan ber-iklan untuk meningkatkan pendapatan di area sisi udara Bandara Internasional Ahmad Yani, Tugas akhir Program Diploma III, Politeknik Penerbangan Palembang.

Memperbanyak atau menerbitkan Sebagian atau seluruh tugas akhir haruslah seizin ketua Program Studi Manajemen Bandar Udara, Politeknik Penerbangan Palembang.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Di persembahkan kepada

Ayahanda Yahya dan Ibunda Asmidar, serta Adik

Tak pernah cukup rasa terima kasih atas cinta kasih, pengorbanan dan kesabaran mereka.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat serta Rahmatnya-lah penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir ini yang berjudul “Kajian minat perusahaan ber-iklan untuk meningkatkan pendapatan di area sisi udara Bandara Internasional Ahmad Yani”. Penulisan Tugas akhir ini dibuat berdasarkan pengalaman kegiatan selama OJT (*On the Job Training*) dilapangan yang merupakan salah satu syarat kelulusan pada Program Studi Diploma III Manajemen Bandar Udara di Politeknik Penerbangan Palembang.

Penulisan Tugas Akhir ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya di Politeknik Penerbangan Palembang. Selama penyusunan Tugas akhir ini banyak pihak yang telah memberikan bantuan, perhatian, dan dorongan kepada penulis. Untuk itu, penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT, Sang Maha Pencipta yang telah melimpahkan anugerah dan lindungan pada hamba-Nya.
2. Kedua orang tua yang memberikan dukungan moral dan material sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir.
3. Bapak Sukahir S.SI.T.,M.T. selaku Direktur Politeknik Penerbangan Palembang
4. Bapak Kolonel ARH. Hardi Arianto, S.H selaku *General Manager* Bandara Internasional Jenderal Ahmad-Yani Semarang.
5. Bapak Anton Abdullah, S.T., M.M. selaku dosen pembimbing 1
6. Bapak Wildan Nugraha, S.E. MS. ASM. selaku dosen pembimbing 1
7. Bapak Dwi Candra Yuniar SH,S.S.T.,M.SI Selaku Ketua Program Studi Manajemen Bandar Udara di Politeknik Penerbangan Palembang.
8. Para Dosen, *staff* dan seluruh Civitas Akademika, Politeknik Penerbangan Palembang.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Tugas Akhir ini masih terdapat banyak kesalahan yang disengaja maupun tidak disengaja. dikarenakan keterbatasan wawasan dan ilmu pengetahuan serta pengalaman yang penulis miliki. Untuk itu Penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun guna menyempurnakan Tugas Akhir ini. Semoga laporan ini dapat memberikan manfaat untuk banyak pihak.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
<i>ABSTRACT</i>	iii
PENGESAHAN PEMBIMBING.....	iv
PENGESAHAN PENGUJI.....	v
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	vi
PEDOMAN PENGGUNAAN TUGAS AKHIR	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR SINGKATAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Batasan Masalah	4
D. Tujuan Penelitian.....	4
E. Manfaat Penelitian.....	4
F. Sistematika Penulisan	5
BAB II LANDASAN TEORI	7
A. Teori Penunjang.....	7
1. Layanan di bandar udara	7
2. Kerjasama.....	10
3. Garbarata (<i>Aviobridge</i>).....	11
4. Iklan.....	13
B. Kajian Pustaka Terdahulu yang Relevan.....	15
BAB III METODE PENELITIAN.....	18
A. Desain penelitian	18
B. Subjek dan Objek Penelitian.....	19
C. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian	20
D. Teknik Analisis Data	22
E. Tempat dan Waktu Penelitian	22

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	24
A. Hasil Penelitian.....	24
B. Pembahasan	29
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	32
A. Kesimpulan.....	32
B. Saran	32
DAFTAR PUSTAKA	34
LAMPIRAN.....	36

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2 .1 Garbarata di bandara Ahmad Yani Semarang.....	13
Gambar 4. 1 Kegiatan wawancara yang dilakukan penulis dengan salah satu pihak perusahaan seperti Gojek	26
Gambar 4. 2 Garbarata 1 Bandara Ahmad Yani	26
Gambar 4. 3 Garbarata 2 Bandara Ahmad Yani	27
Gambar 4. 4 Garbarata 3 Bandara Ahmad Yani	27
Gambar 4. 5 Garbarata Bandara internasional Kalimantan, Berau.....	28
Gambar 4. 6 Garbarata Bandara Internasional Ahmad Yani, Semarang	28
Gambar 4. 7 Poster atau media promosi yang bisa di gunakan untuk mempromosikan Space available menggunakan Sosial media.....	31

DAFTAR TABEL

Tabel III. 1 Desain penelitian.....	18
Tabel III. 2 Waktu Penelitian.....	23

DAFTAR SINGKATAN

SINGKATAN	NAMA	PEMAKAIAN PERTAMA PADA HALAMAN
AMC	<i>Apron Movement Control</i>	19
ATM	Anjungan Tunai Mandiri	8
MBU	Manajemen Bandar Udara	5
COVID	<i>Coronavirus Disease</i>	1
PN	Perusahaan Negara	1
PP	Peraturan Pemerintah	1
PT	Perseroan Terbatas	1

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

PT Angkasa Pura I (Persero) - atau biasa dikenal sebagai Angkasa Pura Airports - memulai pengusahaan kebandarudaraan secara komersial di Indonesia bermula pada tahun 1962. Pada saat itu Presiden Republik Indonesia Soekarno baru saja kembali dari Amerika Serikat. Beliau menekankan keinginannya kepada Menteri Perhubungan dan Menteri Pekerjaan Umum agar bandara di Indonesia bisa setara dengan bandara-bandara di negara maju. Pada Tanggal 15 November 1962 dikeluarkan Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 33 Tahun 1962 tentang Pendirian Perusahaan Negara (PN) Angkasa Pura Kemayoran. Tugas utamanya adalah untuk mengelola dan mengoperasikan Bandar Udara Kemayoran di Jakarta yang pada saat itu merupakan satu-satunya bandar udara internasional yang melayani penerbangan dari dan ke luar negeri selain penerbangan domestik.

Pada saat ini penerbangan merupakan salah satu moda transportasi yang sudah banyak digunakan oleh masyarakat. Hal ini bisa terjadi karena kebutuhan masyarakat akan transportasi untuk jarak jauh sudah cukup tinggi, terbukti dengan jumlah penumpang di setiap penerbangan domestik maupun internasional. Selain karena moda transportasi udara lebih efisien, harga moda transportasi udara juga sudah terjangkau bagi masyarakat di Indonesia. Berbeda dengan beberapa tahun lalu, penerbangan merupakan salah satu moda transportasi yang memiliki harga yang cukup mahal.

Penerbangan merupakan bagian penting dalam sistem transportasi di setiap negara, tetapi pada saat ini mengalami penurunan drastis akibat pandemi COVID 19. Maskapai penerbangan yang dulu menjadi sarana transportasi cepat, namun tanpa di sadari juga dapat membawa virus dengan melintasi perbatasan negara. Oleh karena itu banyak negara telah mengutamakan Kesehatan masyarakat dari pada pertumbuhan ekonomi, sehingga menghentikan operasi penerbangannya. Namun saat ini banyak negara yang telah memulai beberapa operasi penerbangan domestik bahkan internasional untuk memenuhi tujuan terbang yang mendesak bagi warganya. Sejak awal

tahun 2020, banyak negara telah menutup atau membatasi frekuensi penerbangan internasional guna menekan penyebaran virus corona. Hal ini juga dirasakan di dalam negeri, maskapai penerbangan dan operator bandara terdampak serius akibat pandemi Covid-19.

Berkurangnya frekuensi penerbangan terjadwal atau *scheduled flight* secara drastis dalam bulan Maret, April hingga Mei 2020 tanpa kejelasan waktu mengakibatkan banyak kerugian pada industri penerbangan. Menurut (Ziady H. Lufthansa, 2020) Prorusen utama pesawat seperti Airbus dan Boeing telah mendapatkan pembatalan pesanan pesawat dalam bulan Maret, April hingga Mei 2020

Menurut (Oestergaard KJ, 2020) Banyak maskapai penerbangan yang berencana untuk menghentikan armada lama sebelum waktunya. Selain itu, pandemic telah menimbulkan keraguan di antara penumpang untuk melakukan perjalanan. Berkurangnya kepercayaan diri dan kesediaan mereka untuk menggunakan transportasi udara.

Menurut Ari Stiko (Manajer Airside Bandara Ahmad Yani) Akibat dari Pandemi Covid 19 banyak bandara yang mengalami penurunan dikarenakan berkurangnya penerbangan baik itu penerbangan domestik ataupun internasional salah satunya di Bandar Udara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang sehingga mengakibatkan kurangnya pemasukan di bandar udara.

Dikarenakan ada pengurangan penerbangan pada Bandar Udara Internasional Jenderal Ahmad Yani ini sehingga mengurangi pemasukan di Bandara. dikarenakan berkurangnya penerbangan di era Covid 19 ini dan disaat seperti ini kita harus mengoptimalkan sesuatu yang ada untuk menjadikan suatu tambahan pendapatan untuk bandara ini dan untuk saat ini penulis melihat di Bandar Udara Internasional Jenderal Ahmad Yani belum memiliki sponsor Iklan yang terletak pada bagian Garbarata untuk pengoptimalan pemakaian garbarata bukan saja hanya untuk fasilitas penghubung penumpang dari area tunggu menuju pesawat udara tetapi juga bisa digunakan untuk menjadi area penyewaan tempat iklan.

Berdasarkan hasil penelitian diatas artinya bahwa iklan menjadi bagian yang penting dalam dunia bisnis. Menurut (Siti Aisyah, Yusmar Ali, Andriasan Sudarso, Rina Sovianti, 2021) Dalam dunia periklanan saat ini, sangat dibutuhkan penyedia jasa layanan iklan yang berkualitas dan bekerja secara professional untuk memastikan bahwa iklan yang di sajikan kepada audiens mereka akurat dan sesuai target produk melalui percakapan atau interaksi yang sudah disepakati tersebut.

Periklanan tidak akan pernah sepi karena tugasnya adalah menampilkan dan mengenalkan produk dengan fitur kegunaan yang efisien dan efektif. Produk dan jasa layanan iklan saat ini semakin beraneka ragam, dan semakin banyak perusahaan yang berdiri dengan produk andalan mereka setiap tahunnya. (Siti Aisyah, Yusmar Ali, Andriasan Sudarso, Rina Sovianti, 2021)

Tetapi sampai saat ini periklanan di Bandara Ahmad Yani sendiri masih tergolong sepi, masih tidak ada sponsor iklan yang terletak di area sisi udara khususnya pada bagian garbarata Bandar Udara Internasional Jenderal Ahmad Yani, kita perlu mengkaji apakah penyebab belum Optimalnya lahan yang bisa di gunakan sebagai *Space* Iklan tersebut. Maka dari permasalahan tersebut penulis akan mengambil rumusan permasalahan dengan judul “Kajian minat perusahaan ber-iklan untuk meningkatkan pendapatan di area sisi udara Bandara Internasional Ahmad Yani”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan di atas, pokok permasalahan yang dirumuskan adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana minat perusahaan beriklan di area sisi udara?
2. Upaya apa saja yang perlu di lakukan untuk dapat meningkatkan Minat beriklan di area sisi udara.

C. Batasan Masalah

Agar pembahasan ini lebih terfokus untuk dapat memperkecil kemungkinan adanya penyimpangan pembahasan, maka penulis membatasi permasalahan pada bagaimana minat perusahaan dalam layanan iklan di Garbarata Bandar Udara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang dan pembatasan pada lingkup perusahaan yang bekerja sama dengan pihak Angkasa Pura 1 Bandara Ahmad Yani atau perusahaan yang sudah pernah beriklan sebelumnya di bandara.

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian Proposal Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui minat perusahaan beriklan di area sisi udara.
2. Untuk mengetahui upaya yang perlu dilakukan untuk dapat meningkatkan Minat beriklan di area sisi udara.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi Instansi

Dalam penulisan ini diharapkan dapat menambah masukan atau sebagai bahan pertimbangan bagi pihak Bandar Udara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang untuk menarik minat Tenant agar dapat beriklan di area sisi udara khususnya di Garbarata dan mengoptimalkan lahan *Space* Iklan yang masih terbengkalai.

2. Bagi Penulis

- a. Sebagai penerapan dari berbagai pengetahuan yang telah diajarkan selama mengikuti pendidikan di Politeknik Penerbangan Palembang.
- b. mengidentifikasi berbagai permasalahan yang dapat dijadikan sebagai pengalaman dan pengetahuan berdasarkan fakta yang ada.
- c. Sebagai tambahan wawasan dalam Memperoleh pengalaman, serta pengetahuan yang menyangkut bidang manajemen penerbangan sebagai bekal dalam melaksanakan pekerjaan di masa mendatang.

3. Bagi Politeknik Penerbangan Palembang

- a. Sebagai bahan referensi bagi perpustakaan Politeknik Penerbangan Palembang

- b. Sebagai tolak ukur penerapan materi yang diberikan di Perguruan Tinggi dalam pemenuhan kebutuhan dunia kerja
- c. Sebagai sumbangsih pengetahuan dan bermanfaat bagi civitas akademika khususnya dalam program studi Manajemen Bandar Udara (MBU) kepada Politeknik Penerbangan Palembang.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan Tugas Akhir ini dibagi menjadi 3 (tiga) bab. Setiap bab memiliki tujuannya masing-masing. Berikut merupakan penjelasan tentang tujuan masing-masing bab:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini mendeskripsikan latar belakang masalah, rumusan masalah, Batasan masalah, tujuan penelitian, hipotesis, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini membahas teori-teori penunjang yang berkaitan dengan penulisan yang dilakukan oleh penulis. Teori ini diambil dari berbagai sumber, buku-buku dan jurnal-jurnal yang berkaitan dengan topik penulisan yang disusun penulis. Dan juga membahas penulisan terdahulu yang berisikan referensi penulisan atau penelitian terdahulu yang pernah dilakukan melalui jurnal-jurnal ilmiah.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang perencanaan, jenis penulisan, subjek dan objek penulisan, lokasi, dan waktu pengambilan data, sumber data, teknik pengumpulan data, dan metode analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Menjelaskan tentang berisikan tentang permasalahan dan penyelesaian masalah atau pengembangan Bab ini inovasi yang mendiskripsikan dan memberikan alternatif penyelesaian masalah atau pengembangan inovasi yang ditemukan selama OJT.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan tentang kesimpulan dan saran penulis.

DAFTAR PUSTAKA

Bab ini menjelaskan tentang pustaka yang digunakan dalam dokumen pembuatan Tugas Akhir. Penulisan daftar pustaka mengikuti sistem Harvard dan diurutkan sesuai dengan urutan abjad nama belakang pengarang. Perlu diperhatikan bahwa daftar pustaka berisi daftar buku teks atau artikel ilmiah atau jurnal yang mendukung laporan.

LAMPIRAN

Lampiran berisi dokumen pendukung Tugas Akhir. Lampiran dapat digunakan untuk menyajikan prosedur atau keterangan lain yang tidak mungkin disingkat dan yang akan digunakan dalam pembuatan Tugas Akhir. Terdiri dari:

1. Gambar-gambar atau tabel yang berhubungan dengan Tugas Akhir
2. Notulen Wawancara
3. Dokumen pendukung lainnya

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Teori Penunjang

1. Kajian

Menurut (J. Supranto, 2003) Kajian adalah sebagai satu kegiatan pengumpulan, pengolahan dan analisis data yang di lakukan secara sistematis dan cukup untuk memecahkan sesuatu persoalan. Dengan itu, tujuan menjalankan kajian ialah untuk memperoleh jawaban melalui penggunaan suatu Langkah ilmiah yang sistematis dan saintifik.

2. Pendapatan

Menurut (KBBI, 2014) Pendapatan berasal dari kata dasar “dapat”. Pengertian pendapatan adalah hasil kerja usaha dan sebagainya. Pengertian pendapatan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia merupakan definisi pendapatan secara umum. Pada perkembangannya, pengertian pendapatan memiliki penafsiran yang berbeda-beda tergantung dari latar belakang disiplin ilmu yang digunakan untuk Menyusun konsep pendapatan bagi pihak tertentu.

3. Layanan di bandar udara

Menurut (Philip Khotler, Kevin lane keller , 2006) Layanan adalah setiap tindakan atau perbuatan yang di tawarkan oleh satu pihak yaitu pihak perusahaan kepada pihak lain yaitu pelanggan, yang pada dasarnya bersifat tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Keberadaan layanan dapat saja bersamaan atau tidak bersamaan dengan produk fisik. Layanan di bandar udara sendiri terbagi menjadi 2 (dua) yaitu layanan sisi di darat dan layanan di sisi udara.

a. Layanan bandara di sisi darat

Melibatkan berbagai tahapan dan fasilitas yang dirancang untuk memfasilitasi perjalanan penumpang dari dan ke bandara. Berikut adalah beberapa aspek utama dari pelayanan bandara di sisi darat:

- 1) Akses transportasi: Bandara biasanya terhubung dengan jaringan transportasi yang luas, seperti jalan raya, kereta api, bus, atau taksi. Fasilitas parkir juga disediakan bagi penumpang yang membawa

kendaraan pribadi. Bandara juga dapat memiliki layanan shuttle bus atau kereta yang menghubungkan terminal dengan area perkotaan atau lokasi lainnya.

- 2) Terminal bandara: Saat penumpang tiba di bandara, mereka akan mengakses terminal yang merupakan pusat aktivitas utama. Di dalam terminal, terdapat berbagai fasilitas, seperti konter *check-in*, area tunggu, gerbang keberangkatan, dan gerbang kedatangan.
- 3) *Check-in*: Di sisi darat, penumpang akan melakukan proses *check-in*, di mana mereka akan memeriksa tiket dan menyerahkan bagasi. Bandara biasanya menyediakan konter *check-in* dengan petugas yang membantu penumpang dalam proses ini. Beberapa bandara juga memiliki fasilitas *self check-in* untuk mempercepat proses tersebut.
- 4) Keamanan: Setelah *check-in*, penumpang harus melewati pemeriksaan keamanan. Ini melibatkan pemeriksaan tubuh dan pemeriksaan bagasi menggunakan mesin pemindai sinar-X dan detektor logam. Tujuannya adalah untuk mencegah barang-barang terlarang atau berbahaya masuk ke dalam pesawat.
- 5) Area tunggu: Setelah melewati proses keamanan, penumpang dapat masuk ke area tunggu di terminal. Area ini menyediakan fasilitas seperti toko-toko ritel, restoran, dan lounge penumpang untuk menghabiskan waktu sebelum keberangkatan. Penumpang juga dapat mengakses layanan seperti ATM, pusat bisnis, dan area anak-anak.
- 6) Transportasi antar terminal: Beberapa bandara memiliki beberapa terminal yang terhubung oleh jalur transportasi khusus, seperti kereta, bus, atau shuttle internal. Ini memudahkan penumpang yang harus berpindah terminal untuk terhubung dengan penerbangan lanjutan.
- 7) Fasilitas bantuan: Bandara menyediakan fasilitas bantuan bagi penumpang dengan kebutuhan khusus, seperti kursi roda, fasilitas aksesibilitas, atau layanan bantuan medis.

b. Layanan bandara di sisi udara

Mencakup sejumlah tahapan dan layanan yang dirancang untuk memastikan keberangkatan dan kedatangan pesawat serta pengalaman penumpang yang aman, efisien, dan nyaman. Berikut adalah beberapa aspek utama dari pelayanan bandara di sisi udara:

- 1) **Keamanan:** Keamanan adalah prioritas utama di bandara. Setelah check-in, penumpang harus melewati pemeriksaan keamanan ke 2. Ini melibatkan pemindaian bagasi kabin dan pemeriksaan tubuh menggunakan mesin pemindai sinar-X dan detektor logam. Tujuannya adalah untuk mencegah barang-barang terlarang atau berbahaya masuk ke dalam pesawat.
- 2) **Boarding:** Setelah melewati pemeriksaan keamanan, penumpang dapat menuju gerbang keberangkatan mereka. Proses boarding melibatkan pemeriksaan tiket dan identifikasi sebelum penumpang diizinkan masuk ke pesawat. Biasanya, penumpang akan dipanggil berdasarkan zona pemberangkatan atau grup prioritas untuk memfasilitasi proses ini.
- 3) **Layanan *Aviobridge*:** *Aviobridge* digunakan untuk menyambungkan pintu pesawat dengan pintu masuk terminal penumpang. Hal ini memungkinkan penumpang naik dan turun pesawat dengan mudah, nyaman, dan aman. Keuntungan Penggunaan *Aviobridge* bagi penumpang yaitu untuk menghindari penggunaan tangga pesawat atau bus penumpang.
- 4) **Layanan di dalam pesawat:** Begitu penumpang masuk ke dalam pesawat, mereka akan ditempatkan di kursi mereka sesuai dengan nomor tiket. Selama penerbangan, awak kabin akan menyediakan berbagai layanan, seperti makanan dan minuman, hiburan, dan kebutuhan khusus seperti bantuan medis atau pelayanan anak-anak.
- 5) **Penanganan bagasi oleh pihak ground handling:** Meliputi pengambilan bagasi dari penumpang, pemindahan bagasi ke

pesawat, penanganan bagasi transit, dan pengantaran bagasi kepada penumpang di bandara tujuan.

- 6) Penanganan pesawat oleh pihak ground handling: termasuk parkir pesawat, pemuatan dan pembongkaran kargo, pengisian bahan bakar, pembersihan pesawat.
- 7) Kedatangan: Setelah pesawat mendarat dan berhenti di gerbang kedatangan, penumpang akan dibawa ke terminal melalui jembatan penumpang atau bus. Di terminal kedatangan, penumpang dapat mengambil bagasi mereka dari area pengambilan bagasi dan melanjutkan perjalanan mereka ke tujuan akhir.

Selain itu, bandara juga menyediakan fasilitas tambahan seperti toko, restoran, dan lounge penumpang untuk meningkatkan kenyamanan dan pengalaman penumpang. Seluruh pelayanan ini dikendalikan oleh petugas bandara yang bertanggung jawab untuk memastikan kelancaran operasi dan keselamatan di sisi udara.

Maka dapat di ambil kesimpulan bahwa bandara sebagai tempat dengan audiens yang luas dan beragam yang memberikan peluang besar bagi perusahaan untuk mempromosikan merek, produk atau layanan mereka. Waktu tunggu yang Panjang di bandara menciptakan kesempatan untuk menarik perhatian penumpang melalui iklan yang di tempatkan di berbagai tempat di bandara, Ruang dan fasilitas di bandara memberikan kesempatan bagi perusahaan untuk berinovasi dalam periklanan mereka. Dengan demikian, pelayanan di bandara dapat menjadi platform yang efektif untuk aktivitas pemasaran dan periklanan, membantu mempengaruhi keputusan pembelian.

4. Kerjasama

Menurut (Pamudji, 1985) kerjasama mencerminkan adanya interaksi dinamis antara dua pihak atau lebih yang bekerjasama untuk mencapai tujuan bersama. Konsep ini melibatkan 3 (tiga) unsur utama yang melekat dalam kerangka kerjasama yaitu, keberadaan dua pihak atau lebih,

interaksi antar mereka, dan tujuan bersama yang ingin dicapai. Jika salah satu unsur ini tidak ada dalam suatu konteks yang sedang di kaji, maka dapat di anggap bahwa Kerjasama itu tidak terjadi. Unsur dua pihak selalu menggambarkan keterkaitan yang saling mempengaruhi satu sama lain, Sehingga interaksi untuk mencapai tujuan bersama menjadi penting. Jika hubungan atau interaksi tersebut tidak bertujuan untuk memenuhi kepentingan masing-masing pihak, maka hubungan tersebut tidak dapat di kategorikan sebagai Kerjasama. Meskipun interaksi bersifat dinamis, itu tidak selalu menunjukkan adanya Kerjasama. Suatu interaksi hanya dapat disebut sebagai Kerjasama jika tujuan interaksi tersebut untuk memenuhi kepentingan pihak-pihak yang terlibat dalam proses tersebut.

Maka dapat di ambil kesimpulan bahwa Kerjasama dan iklan saling berhubungan dan dapat memberikan manfaat bagi kedua pihak, kedua nya sama-sama memberikan peluang bagi bisnis untuk mencapai *audiens* yang luas dan beragam di bandara. Hal ini juga dapat memberikan pendapatan tambahan bagi bandara melalui biaya iklan atau *sponsorship*.

5. Garbarata (*Aviobridge*)

Merupakan lorong (*Tunnel*) yang dapat bergerak secara *horizontal* (memanjang dan memendek), *vertical* (naik dan turun) dan berotasi ke kiri dan ke kanan. Garbarata dibuat berbentuk lorong, dipasang pada sebuah terminal bandara. Melalui lorong jembatan ini memungkinkan penumpang bisa leluasa naik atau turun dari atau menuju *Fixed Gate* / pesawat udara di gedung terminal.

Garbarata ini harus menghadap ke depan dan terletak di sebelah kiri depan *cabin*, dimana operator dapat melihat langsung serta jelas ke arah pesawat pada saat operasi. Pada *control console* terdapat semua peralatan yang diperlukan untuk operasi dan monitor garbarata. Pada saat ini Garbarata sudah menjadi penanda modernnya sebuah bandara, namun ada beberapa alasan tertentu mengapa garbarata tidak dipasang, antara lain karena

ketersediaan lahan parkir, jadwal penerbangan yang padat dan penggunaan garbarata.

Pelayanan di garbarata umumnya mencakup beberapa aspek berikut:

- a. Akses ke Pesawat: Garbarata memungkinkan penumpang untuk mencapai pesawat dengan mudah dan nyaman. Ini mengurangi kebutuhan untuk menggunakan tangga pesawat (*boarding stairs*) atau bus pengangkut penumpang (*shuttle bus*) di runway. Garbarata biasanya terhubung langsung ke pintu (*gate*) di terminal bandara, sehingga penumpang dapat langsung memasuki pesawat melalui garbarata.
- b. Kemudahan Bergerak: Garbarata umumnya dirancang untuk memberikan kemudahan bergerak bagi penumpang yang membawa bagasi atau memiliki keterbatasan mobilitas. Garbarata ini dilengkapi dengan konveyor atau alat bantu lainnya untuk memudahkan penumpang dalam membawa bagasi mereka ke dalam pesawat.
- c. Keamanan: Garbarata biasanya dijaga oleh petugas keamanan bandara yang bertugas memastikan bahwa hanya penumpang yang berhak masuk ke pesawat yang diperbolehkan melewati jembatan udara tersebut. Pemeriksaan keamanan tambahan seperti pemeriksaan tiket atau identifikasi penumpang juga dapat dilakukan di pintu masuk *Aviobridge*.
- d. Informasi dan Petunjuk: Di *aviobridge*, terdapat petugas atau layar informasi yang memberikan petunjuk dan informasi penting kepada penumpang. Mereka dapat memberikan arahan tentang tempat duduk di dalam pesawat, informasi tentang kelas penerbangan, atau informasi terkait penerbangan seperti gate keberangkatan berikutnya atau perubahan jadwal penerbangan.

Pelayanan di garbarata dapat bervariasi antara bandara-bandara dan tergantung pada tingkat fasilitas yang tersedia. Namun, tujuan utama

dari garbarata adalah memberikan akses yang nyaman, aman, dan efisien bagi penumpang dari terminal bandara ke pesawat mereka, serta memastikan bahwa proses boarding berjalan dengan lancar.



Gambar 2. 1 Garbarata di bandara Ahmad Yani Semarang

Maka dapat di ambil kesimpulan bahwa Pemasangan iklan di garbarata dapat memberikan kemudahan bagi para penumpang, bagi para pebisnis garbarata juga memberikan manfaat dalam mencapai *audiens* yang besar. Penumpang yang menggunakan garbarata akan melihat iklan yang berada pada dinding kaca garbarata tersebut pada saat mereka naik atau turun pesawat, hal itu dapat memberikan peluang untuk mempromosikan produk atau layanan atau menawarkan informasi kepada penumpang.

6. Iklan

Iklan adalah sebuah elemen dari komunikasi, karena pada dasarnya iklan merupakan suatu proses menyampaikan pesan, yang dimana pesan tersebut berisi informasi mengenai suatu produk, baik benda ataupun jasa. Iklan dalam menyampaikannya bersifat persuasif yang bertujuan untuk memengaruhi massa. Pada umumnya iklan disampaikan lewat media massa baik elektronik ataupun cetak sehingga dapat diterima bagi masyarakat luas secara serentak. (Nawiroh, 2014).

a. Strategi Iklan

Menurut (Yuliawati, 2018) pada jurnal “Biaya iklan dan promosi serta pengaruhnya terhadap hasil penjual” menyatakan bahwa Strategi iklan

dan promosi merupakan salah satu cara untuk menarik perhatian dan minat masyarakat untuk mengkonsumsi produk tersebut. Setiap perusahaan biasanya mempromosikan barang atau produknya melalui media cetak maupun media elektronik.

b. Penyedia Jasa

Penyedia barang/jasa adalah istilah untuk badan usaha atau orang perseorangan yang menyediakan Barang atau Pekerjaan, Konstruksi atau Jasa Lainnya.

c. Pemasaran

Pemasaran merupakan kegiatan pokok yang dilakukan oleh suatu perusahaan dengan tujuan menjaga dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaannya agar dapat berkembang secara terus menerus dan mendapatkan keuntungan maksimal. Setiap perusahaan menginginkan keuntungan maksimal kemudian menjaga dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaannya. Oleh karena itu, perusahaan melakukan berbagai upaya untuk dapat menarik konsumen, salah satu upaya yang dijalankan adalah melakukan strategi promosi.

d. Promosi

Menurut (Sunaryo, 2013) promosi yang efektif adalah promosi yang dapat menumbuhkan serta membangkitkan niat pembeli. Oleh karena itu promosi harus dilakukan melalui media komunikasi yang efektif, sebab orang-orang yang menjadi sasaran promosi mempunyai selera dan keinginan yang berbeda-beda.

e. Instagram

Penggunaan instagram sebagai sarana media promosi sejalan dengan pernyataan McLuhan tentang konsep pemikirannya terhadap media. Istilah McLuhan dalam Littlejohn (2009:645) yang terkenal adalah "*the medium is the message*". kalimat tersebut menjelaskan bahwa media adalah pesan yang dapat mempengaruhi masyarakat. Ungkapan ini juga di terapkan dalam teori ekologi media yang digunakan pada penelitian yang berjudul "Analisis Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian".

Maka dapat di ambil kesimpulan bahwa Hubungan antara iklan dan minat beriklan melibatkan interaksi antara pihak yang ingin memasang iklan (calon pengiklan) dengan pihak yang menawarkan ruang iklan atau media iklan (misalnya, bandara, stasiun televisi, situs web, atau media sosial). Berikut adalah beberapa aspek hubungan antara iklan dan minat beriklan:

- 1) Identifikasi Target Audiens: Calon pengiklan memiliki minat untuk mencapai target audiens tertentu yang relevan dengan produk atau layanan mereka
- 2) Ruang iklan dan media: Calon pengiklan akan mencari ruang atau space iklan yang efektif untuk dapat menjangkau target mereka.
- 3) Efektivitas dan Relevansi: Calon pengiklan memiliki minat atau keinginan untuk memastikan bahwa iklan mereka bisa efektif dalam mencapai tujuan pemasaran, Sehingga iklan dapat disampaikan dengan baik dan mempengaruhi konsumen yang dituju.
- 4) Kesesuaian Anggaran: Calon pengiklan juga akan mempertimbangkan minat mereka beriklan dengan biaya anggaran pemasangan iklan. Mereka mencari peluang iklan yang sesuai dengan anggaran pemasaran yang tersedia.
- 5) Kerjasama: Calon pengiklan memiliki kerja sama dengan penyedia jasa dalam menawarkan ruang iklan. Kerjasama ini melibatkan negosiasi tentang harga, lokasi, waktu, dan penempatan iklan yang sesuai dengan minat calon pengiklan.
- 6) Evaluasi dan pengukuran: setelah iklan di pasang, calon pengiklan akan mengevaluasi atau mengukur keberhasilan iklan mereka. Mereka tertarik untuk mengetahui sejauh mana iklan tersebut dapat mencapai target pemasaran.

B. Kajian Pustaka Terdahulu yang Relevan

Di dalam penyusunan Proposal Tugas Akhir ini, penulis menggunakan beberapa jurnal penelitian terdahulu yang masih berkaitan untuk dijadikan sumber acuan. Untuk memenuhi kode etik dalam penelitian maka sangat diperlukan eksplorasi terhadap penelitian-penelitian terdahulu yang masih

relevan dengan permasalahan yang di teliti oleh penulis. berikut beberapa jurnal penelitian tersebut:

1. Menurut (Rachmawati, 2019) Dengan Judul “Pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian melalui iklan sebagai variabel moderasi pada toko pakaian” penelitian ini membahas bahwa harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil analisis yang telah dilakukan mengenai pengaruh harga terhadap keputusan pembelian menunjukkan bahwa harga pemasaran yang tinggi sangat berpengaruh dalam keputusan pembeli. Penelitian ini sangat membantu penulis dan menjadi referensi saat penulis melakukan yang berjudul Analisis penyebab kurangnya minat Tenant beriklan di area sisi udara bandar udara internasional Jenderal ahmad yani semarang. penelitian ini mempunyai hasil penelitian yang menunjukkan potensi pengaruh keputusan konsumen terhadap harga pemasaran yang tinggi.
2. Menurut (Petra Christian, 2011) Dengan Judul “*Social Media Marketing*” Jurnal ini membahas tentang Sosial Media memberi para pemasar peluang yang luar biasa untuk menjangkau konsumen di komunitas sosial. Sosial media merupakan berbagai bentuk pemasaran langsung atau tidak langsung yang di gunakan untuk membangun kesadaran, pengenalan, pengambilan aksi terhadap sebuah *Brand*, bisnis, produk, orang atau hal lainnya yang di kemas menggunakan alat-alat di *Social web*, seperti *Social web*, *Social networking*, *content sharing*. jurnal ini sangat bermanfaat bagi penulis dan menjadi referensi untuk merancang strategi promosi yang efektif melalui sosial media.
3. Menurut (Devi Wahyuni, 2015) Dengan judul “Proses Negoisasi dalam Kerjasama PT. Arina multikarya dengan PT. Rama Indonesia” Jurnal penelitian ini membahas tentang negosiasi yang merupakan suatu proses dimana kedua belah pihak atau lebih yang mempunyai kepentingan yang sama atau berbeda, bertemu dan berkomunikasi untuk mencapai suatu kesepakatan. negosiasi merupakan suatu kegiatan yang mempertemukan kedua pihak yang masing-masing memiliki kepentingan yang pada akhirnya melalui pembicaraan yang persuasif mendorong kedua nya

mencapai sebuah kesepakatan. Jurnal ini sangat membantu penulis untuk menjadi referensi dalam strategi atau proses negosiasi yang baik guna terwujudnya keputusan Bersama.

4. Menurut (Rakhma Oktavina, M. Syamsul Ma'arif, Eriyatno, Erliza Hambali, 2015) Proses evaluasi kinerja terdiri atas 4 tahap, yaitu proses identifikasi indikator kinerja kunci dan karakteristik teknis, proses pengukuran kinerja, proses perbaikan kinerja dan penentuan rekomendasi serta proses implementasi. Alternatif indikator kinerja kunci dan karakteristik teknis di bangun berdasarkan kajian teoritis, observasi lapangan dan elisitasi pendapat pakar. Jurnal ini sangat membantu penulis untuk menjadi referensi untuk mengetahui proses evaluasi kinerja yang optimal mulai dari proses pengukuran evaluasi kinerja sampai dengan proses perbaikannya.