

## **STRATEGI PENINGKATAN WISATAWAN ASING PADA PT ANGKASA PURA II**

**Faisal Hakim<sup>1</sup>, Slamet Widodo<sup>2</sup>**

**Universitas Pembangunan Panca Budi, Medan**

e-mail: <sup>1</sup>hakimsfaisal@gmail.com, <sup>2</sup>widodoprosesional@gmail.com

**Abstract:** PT Angkasa Pura II's strategy in increasing foreign tourists to Indonesia by building the Low Cost Carrier Terminal (LCCT) of Soekarno-Hatta International Airport. The construction of the Low Cost Carrier Terminal (LCCT) of Soekarno-Hatta International Airport uses several marketing strategies in offering new route openings to airlines, such as roadshows, inviting airlines, and bringing in airlines. There are several obstacles in the process of opening new routes abroad that take a long time and obstacles in traffic licensing rights. Data from this research are interviews, observations and literature studies.

**Keywords:** Marketing Strategy, Low Cost Carrier Terminal (LCCT), Foreign Tourists

**Abstrak:** Strategi PT Angkasa Pura II dalam meningkatkan wisatawan asing ke Indonesia dengan cara membangun Low Cost Carrier Terminal (LCCT) Bandara Internasional Soekarno-Hatta. Pembangunan Low Cost Carrier Terminal (LCCT) Bandara Internasional Soekarno-Hatta menggunakan beberapa strategi pemasaran dalam menawarkan pembukaan rute baru kepada airlines, seperti roadshow, mengundang airlines dan mendatangkan airlines. Terdapat beberapa kendala dalam proses pembukaan rute baru ke luar negeri yang memakan waktu lama dan kendala dalam hak perizinan lalu lintas. Data dari penilitian ini wawancara, observasi dan studi pustaka.

**Kata kunci:** Strategi Pemasaran, Low Cost Carrier Terminal (LCCT), Wisatawan Asing

### **PENDAHULUAN**

Salah satu elemen strategis dalam pariwisata adalah sektor transportasi. Peran transportasi dinilai sangat penting dalam sistem kepariwisataan, dimana sektor sektor ini mendukung wisatawan untuk sampai ke tempat tujuan wisata yang diinginkan (Sentanu & Mahadiansar, 2020). Adapun definisi dari transportasi yang dikemukakan oleh Nasution (1996:50) didefinisikan sebagai pemindahan barang dan manusia dari tempat asal ke tempat tujuan (Setiadi, 2020). Dengan adanya pemindahan barang dan manusia, transportasi merupakan salah satu sektor yang dapat menunjang kegiatan ekonomi (sektor sektor penunjang kegiatan ekonomi (the promoting sector) dan penyedia jasa /sektor jasa (the servicing sector) bagi pembangunan ekonomi (Yaska, 2020).

Dalam dunia penerbangan, jenis pelayanan pesawat terbang dapat dibedakan menjadi tiga, yaitu Full Service Airlines, Medium Services dan Maskapai Penerbangan Berbiaya Hemat (Low Cost Carrier). Perbedaan yang paling mencolok dapat dilihat dari harga tiket dari kedua jenis pesawat tersebut (Lestari et al., 2020). Tentu saja, maskapai yang termasuk dalam maskapai full service memiliki tarif yang lebih tinggi dibandingkan dengan maskapai yang termasuk dalam low cost carrier (maskapai berbiaya rendah). Low Cost Carrier (LCC) sendiri adalah maskapai penerbangan dengan biaya operasional rendah (Mnuro & Tamara, 2023).

Indonesia merupakan negara kepulauan yang relatif luas, untuk itu perlu dikembangkan suatu sistem transportasi yang dapat menghubungkan daerah-daerah tersebut demi mendukung

pertumbuhan ekonomi nasional dan regional (Jinca, 2019). Saat ini Indonesia memiliki 8 perusahaan airlines besar, 407 rute penerbangan dan 150 bandara, dimana 13 bandara dikelola oleh PT Angkasa Pura I (Persero), 12 bandara dikelola oleh PT Angkasa Pura II (Persero) dan sisanya dikelola langsung oleh Direktorat Jenderal Perhubungan Udara (Syahputra, 2020). Transportasi udara memegang peran penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional maupun regional.

Maskapai penerbangan bertarif rendah dipelopori oleh maskapai penerbangan Southwest yang didirikan oleh Rollin King, Lamar Muse dan Herber Kelleher pada tahun 1967. Kesuksesan Southwest kemudian banyak ditiru oleh maskapai lain di seluruh dunia termasuk Indonesia. Perkembangan maskapai penerbangan Indonesia yang menerapkan sistem Low Cost Carrier (LCC) dimulai pada awal tahun 2000. PT. Angkasa Pura II (Persero) sebagai salah satu pengelola bandara di Indonesia berfungsi untuk membantu pemerintah dalam memenuhi target 20 juta wisatawan mancanegara hingga 2019 dan tentunya peningkatan jumlah wisatawan domestik. Berbagai upaya yang dilakukan oleh PT. Angkasa Pura II untuk mewujudkan hal tersebut, salah satunya dengan membangun Terminal Low Cost Carrier Terminal (LCCT) di Terminal 2F yang sedang direvitalisasi. Melalui revitalisasi ini, akan ada penambahan kapasitas penumpang yang lebih besar dari sebelumnya. Pembangunan LCCT juga dinilai dapat menambah rute penerbangan yang juga diharapkan dapat meningkatkan jumlah penumpang.

## METODE

### Metode Penelitian

Ditinjau dari jenis datanya, metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Adapun yang dimaksud dari metode penelitian ini adalah penelitian yang digunakan untuk menyelidiki,

menemukan, menggambarkan, dan menjelaskan kualitas atau keistimewaan dari pengaruh sosial yang tidak dapat dijelaskan, diukur atau digambarkan melalui pendekatan kuantitatif (Rizki Rahmadanoor, Normajatun, 2020).

### Teknik Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data terhadap penelitian ini untuk mendapatkan data dan informasi yang baik serta akurat dari setiap apa yang diteliti, sehingga kebenaran terhadap informasi yang diperoleh dapat dipertanggung jawabkan. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi yaitu teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada (Fatimah et al., 2020).

Untuk mencapai keabsahan proses pengumpulan data yang tepat, bila dilihat dari sumber datanya, pengumpulan data pada penelitian ini penulis menggolongkan menjadi dua yaitu:

### Data Primer

Pengumpulan data oleh penulis yang utama melalui upaya pengumpulan data langsung, pengumpulan data langsung di golongan menjadi tiga yaitu sebagai berikut (Susanti et al., 2021):

1. Observasi merupakan metode pengumpulan data yang menggunakan pengamatan baik secara langsung maupun tidak langsung (Makbul, 2021).
2. Wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu (Irsyadi et al., 2020). Wawancara digunakan untuk mencari data kepada narasumber mengenai promosi pariwisata di bandar udara. Narasumber yang dipilih diantaranya pengelola bagian promosi pariwisata Bandar Udara Internasional Soekarno Hatta.
3. Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan,

gambar atau karya-karya monumental dari seseorang. Penulis memilih dokumentasi menggunakan tulisan (Fathonah & Ayuni, 2022).

### Data Sekunder

Data sekunder pada penelitian didapatkan secara tidak langsung tetapi menggunakan media perantara, penulis memilih menggunakan studi pustaka. Studi pustaka adalah teknik pengumpulan data dengan melakukan penelaahan terhadap buku, literatur, catatan, serta berbagai laporan yang berkaitan dengan masalah yang ingin dipecahkan (Jannah & Putro, 2021). Teknik ini digunakan untuk memperoleh dasar-dasar dan pendapat secara tertulis yang dilakukan dengan cara mempelajari jurnal, skripsi, buku berbagai literatur yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Salah satu tugas utama dari bisnis transportasi udara dan pariwisata adalah mengembangkan program-program yang mendukung dan mendorong pertumbuhan pariwisata di wilayah bandara PT. Angkasa Pura II. Oleh karena itu, Unit Bisnis transportasi udara dan Unit Bisnis Proyek Pengembangan Lalu Lintas Udara dan Pariwisata telah merencanakan beberapa strategi untuk meningkatkan meningkatkan jumlah Kedatangan Wisatawan Mancanegara (Wisman) di bandara-bandara yang berada di bawah naungan PT. Angkasa Pura II (Persero) (Tombeng et al., 2024). Adapun strategi yang digunakan antara lain:

1. Smart Tourism (Pusat Informasi Pariwisata Digital).
2. Information Center
3. Promosi Acara Pariwisata
4. Kolaborasi Acara
5. Dukungan Pemangku Kepentingan

Pembangunan LCCT di Bandara Bandara Soekarno-Hatta dilatarbelakangi oleh keinginan Presiden ke-7 Republik Indonesia, Bapak Ir. Republik Indonesia

ke-7, Bapak Ir. H. Joko Widodo pada tahun 2014 lalu yang menargetkan 20 juta wisatawan mancanegara yang akan datang ke Indonesia ke Indonesia hingga tahun 2019. Untuk mendukung rencana ini, Menteri Pariwisata Indonesia, Bapak Arif Yahya berupaya untuk memajukan pariwisata Indonesia dengan membuat program-program baru dan tentunya didukung dengan cara-cara multidimensi seperti Aspek 3A, yaitu Akomodasi, Atraksi, dan Aksesibilitas. Menteri Pariwisata Indonesia, Arif Yahya mengatakan, salah satu yang dapat mendorong pertumbuhan pariwisata adalah kemudahan akses udara. Pembangunan LCCT tersebut disampaikan Menteri Pariwisata Indonesia, Arif Yahya, sebagai instruksi dari Presiden Indonesia, H. Joko Widodo. Menindaklanjuti instruksi tersebut, sebuah rapat terbatas diadakan di Istana Bogor pada 1 Juli 2018 untuk membahas pembangunan LCCT di Bandara Internasional Soekarno-Hatta.

Terminal Maskapai Berbiaya Rendah (Low Cost Carrier Terminal, LCT) dipilih karena dianggap mampu mengundang lebih banyak wisatawan mancanegara. Menurut statistik, tingkat pertumbuhan maskapai berbiaya rendah jauh lebih baik dibandingkan dengan maskapai layanan penuh. Penambahan jumlah pergerakan pesawat dan peningkatan jumlah penumpang jauh lebih besar dibandingkan dengan maskapai layanan penuh sehingga LCC diprioritaskan untuk ditingkatkan melalui pembangunan terminal Low Cost Carrier Terminal (LCCT).

Ada 3 strategi penawaran Low Cost Carrier Terminal (LCCT) yang digunakan oleh maskapai penerbangan yang digunakan oleh Unit Proyek Pengembangan Bisnis Lalu Lintas Udara dan Pariwisata Unit Proyek Bisnis Pengembangan Lalu Lintas dan Angkutan Udara, yaitu roadshow, mengundang maskapai, dan mendatangkan maskapai penerbangan. Strategi penawaran ini mengadopsi salah satu elemen dalam strategi pemasaran, yaitu bauran bauran

pemasaran (marketing mix). Beberapa elemen dalam pemasaran diungkapkan oleh Kotler & Armstrong dan diterapkan dalam dalam strategi pemasaran oleh PT. Angkasa Pura II, antara lain (Khairunisa, 2023):

1. Produk

Produk yang ditawarkan oleh PT. Angkasa Pura II adalah pembukaan rute baru maupun low cost carrier yang sudah ada yang akan dipusatkan di lokasi operasional di Terminal 2F atau Low Cost Carrier Terminal (LCCT).

2. Harga

Harga yang ditawarkan oleh PT. Angkasa Pura II terkait dengan tarif jasa kebandarudaraan yang akan dibebankan kepada maskapai. Airport charges terdiri dari biaya pendaratan, parkir, biaya parkir, biaya tambahan parkir, biaya check-in counter dan biaya aviobridge.

3. Promosi

Promosi mengenai LCCT kepada maskapai penerbangan yang dilakukan oleh PT. Angkasa Pura II dilakukan secara langsung.

4. Place

Tempat yang akan digunakan sebagai LCCT adalah Terminal 2F Bandara Internasional Soekarno-Hatta, yang sejak awal digunakan sebagai terminal untuk keberangkatan dan kedatangan internasional.

Di LCCT nantinya, maskapai yang akan beroperasi secara penuh adalah maskapai berbiaya rendah. Proses penawaran LCCT untuk maskapai yang dilakukan oleh Unit Proyek Pengembangan Usaha Lalu Lintas Udara dan Unit Proyek Pengembangan Usaha Lalu Lintas dan Angkutan Udara adalah dengan strategi penawaran yang digunakan, yaitu strategi roadshow. Proses roadshow yang dilakukan menerapkan salah satu elemen dari bauran promosi dari Kotler dan Armstrong (Romli et al., 2021) yaitu pemasaran langsung. Pemasaran langsung menurut Kotler dan Armstrong (Iskandar, 2023)

terdiri dari komunikasi langsung, komunikasi dengan individu yang ditargetkan untuk mendapatkan tanggapan langsung.

Dengan demikian, pemasaran secara langsung berkomunikasi dengan pelanggan, sering kali didasarkan pada pertemuan tatap muka. Hingga saat ini, orang tidak tahu banyak apa itu LCCT dan apa bedanya dengan terminal lain di Bandara Internasional Soekarno-Hatta. Oleh karena itu, PT. Angkasa Pura II dan Kementerian Pariwisata berupaya untuk mempromosikan LCCT Bandara Internasional Soekarno-Hatta dengan berbagai cara, antara lain:

1. TVC LCCT

2. Ikon Terminal Maskapai Berbiaya Hemat (LCCT)

Di sisi lain, masih ada kendala yang dihadapi oleh Unit Usaha Pengembangan Lalu Lintas Udara dan Unit Proyek Bisnis Pengembangan Lalu Lintas Udara dan Pariwisata selama proses penawaran LCCT, yaitu waktu tunggu konfirmasi dari maskapai penerbangan saat melakukan koordinasi internal karena pembukaan rute baru tergantung pada keputusan maskapai. Namun, koordinasi internal yang terlalu lama juga akan merugikan PT. Angkasa Pura II karena hal tersebut termasuk pemesanan slot. Slot tersebut bisa saja ditawarkan kepada maskapai lain yang memungkinkan untuk membuka pembukaan rute baru. Kendala lain yang dihadapi adalah terbatasnya peralatan produksi PT. Angkasa Pura II, seperti tempat parkir. Terminal 2 Bandara Internasional Soekarno-Hatta telah mencapai maksimal. Setelah Terminal 4 dibangun, Bandara Internasional Soekarno-Hatta tidak bisa lagi memperluas lahannya. Ketersediaan slot juga menjadi salah satu kendala dalam proses penawaran LCCT. Selain itu kendala yang terkait dengan perizinan adalah hak transportasi/hak lalu lintas. Hak transportasi bersifat bilateral kerjasama antara 2 negara yang mengatur pembatasan frekuensi dan kuota penerbangan dari masing-masing negara.

Pembukaan rute baru juga harus memperhatikan hak-hak transportasi yang mereka miliki.

## SIMPULAN

Strategi PT. Angkasa Pura II dalam meningkatkan jumlah kedatangan wisatawan mancanegara (Wisman) dengan pembangunan Terminal Low Cost Carrier Terminal (LCCT) Bandara Internasional Soekarno-Hatta, maka dapat ditarik kesimpulan yang dapat diambil sebagai berikut:

1. Pengembangan Lalu Lintas Udara dan Pariwisata Unit Bisnis Proyek PT. Angkasa Pura II memiliki beberapa strategi dalam memasarkan LCCT kepada maskapai berbiaya rendah yaitu dengan roadshow, mengundang airline dan mendatangkan airline.
2. Pemasaran LCCT kepada masyarakat yang dilakukan oleh PT. Angkasa Pura II bekerja sama dengan Kementerian Pariwisata dengan menggunakan berbagai media antara lain melalui media sosial.
3. Kendala-kendala yang dihadapi oleh PT. Angkasa Pura II selama proses penawaran LCCT kepada maskapai, yaitu lamanya waktu menunggu koordinasi internal maskapai, ketersediaan slot, keterbatasan sumber daya yang dimiliki oleh PT. Angkasa Pura II dan kendala terkait dengan Hak Angkut/hak lalu lintas.

## DAFTAR PUSTAKA

- Fathonah, B. I., & Ayuni, R. (2022). Analisis Peran Kepala Sekolah SDN 22 Kepahiang dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan pada Tahun Ajaran 2019–2020. *Jurnal Multidisiplin Dehasen (MUDE)*, 1(3), 313–320.
- Fatimah, Z., Rizaldi, D. R., Jufri, A. W., & Jamaluddin, J. (2020). Model inkuiri terbimbing berbantuan laboratorium virtual untuk

meningkatkan keterampilan proses sains. *Jurnal Pendidikan, Sains, Geologi, Dan Geofisika (GeoScienceEd Journal)*, 1(2).

Irsyadi, F. Y. Al, Priambadha, A. P., & Kurniawan, Y. I. (2020). Game Edukasi Bahasa Arab untuk Siswa Kelas IV di Sekolah Dasar Islam Terpadu Nahdlatul Ulama Cepogo. *Jurnal Manajemen Informatika (JAMIKA)*, Volume 10(April), 12. <https://doi.org/10.34010/jamika.v10i1>

Iskandar, D. A. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Pt Persib Bandung Bermartabat Dalam Mendapatkan Sponsorship 2022/2023. *Universitas Komputer Indonesia*.

Jannah, M., & Putro, K. Z. (2021). Pengaruh faktor genetik pada perkembangan anak usia dini. *Bunayya: Jurnal Pendidikan Anak*, 7(2), 53–63.

Jinca, I. M. Y. (2019). Transportasi laut Indonesia: analisis sistem & studi kasus. *Firstbox Media*.

Khairunisa, N. A. (2023). Strategi Pemasaran Tim Good News From Indonesia (GNFI) di Masa Pandemi Covid-19. *Universitas Islam Indonesia*.

Lestari, F., Kurniaji, K., & Hamijaya, M. W. (2020). Desain Organisasi Dan Kepemimpinan Strategi, Struktur Organisasi Perusahaan, Dan Pengambilan Keputusan.

Makbul, M. (2021). Metode pengumpulan data dan instrumen penelitian.

Mnuro, M. D. G., & Tamara, A. P. (2023). Analisis Faktor-Faktor Lion Air Sebagai Maskapai Dengan Pangsa Pasar Terbesar Di Tahun 2021. *Jurnal Mahasiswa: Jurnal Ilmiah Penalaran Dan Penelitian Mahasiswa*, 5(3), 103–117.

Rizki Rahmadanoor, Normajatun, J. (2020). Perancangan Pelayanan Sistem Antrian Berbasis Online (Studi di Rumah Sakit Umum Daerah H.Baharuddin Kasim Kabupaten Tabalong). *Teknik*

- Informatika, 3(2), 21–33.
- Romli, N. A., Safitri, D., Yustisia, P., & Rosdiani, K. (2021). Inovasi Marketing Communication Produk Grameen Bank Untuk Pemberdayaan Komunitas Wirausaha Perempuan. *Metacommunication, Journal of Communication Studies*, 6(2), 145–155.
- Sentanu, I. G. E. P. S., & Mahadiansar, M. (2020). Memperkuat peran pemerintah daerah: Mengelola pariwisata lokal yang berkelanjutan. *Jurnal Ilmu Administrasi Negara (JUAN)*, 8(1), 1–20.
- SETIADI, M. U. H. I. (2020). TA: Bangkitan Tarikan Pergerakan Pengunjung Swalayan Di Kota Besar Di Indonesia. Institut Teknologi Nasional Bandung.
- Susanti, E., Sari, N., & Amri, K. (2021). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Kemasan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam). *EKOBIS SYARIAH*, 2(1), 44–50.
- Syahputra, A. (2020). Analisis Pengaruh Pemasaran Kreatif, Pengembangan Rute dan Pelayanan Bandara terhadap Peningkatan Jumlah Penumpang. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 6(2).
- Tombeng, M., Walansendow, A., & Walansendow, D. J. (2024). Analisis Dampak Covid-19 di Era Pasca Covid pada Operasional Penerbangan di Bandar Udara Sam Ratulangi Manado. *Jurnal Ilmu Pariwisata*, 3(01).
- Yaska, N. (2020). Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Harga, Brand Image, Dan Kenyamanan Terhadap Pemilihan Moda Jasa Transportasi Berbasis Online (Grab) Di Kota Batam (studi kasus pada penumpang dengan berbasis aplikasi online). SKRIPSI.