

ANALISA KELAYAKAN KOMERSIALISASI BANDAR UDARA BETOAMبارI KOTA BAUBAU

Ahmad Efendi

*Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Buton
Jl. Betoambari No. 36, Kota Bau-Bau, Sulawesi Tenggara
ahmadefendi@gmail.com*

Abstract— *The development of the tourism industry in the city of Baubau is rapidly increasing and visited by domestic and foreign tourists. This is supported by air transportation facilities in the form of Betoambari Airport. At Betoambari Airport until now almost no commercial efforts have been made, even though the airport is the only option to land / fly airplanes in Baubau. This study aims to analyze positioning, promotion, and service at the Betoambari Baubau Airport. This research was conducted in the city of Baubau precisely at Betoambari Airport by projecting the number of passengers and aircraft movements. The method used in this study uses a Likert method with a scale of 5 with a number of respondents as many as 100 people. The results showed that airport promotion has the lowest value with an average value of 3.20 (not feasible), then airport service has a value of 3.35 (not feasible) and the highest is airport positioning, which is 3.74 (feasible) . So that the total average feasibility of the Betoambari Airport commercialization strategy is 3.43 (not feasible).*

Keywords - Airport, Passenger, Commercial

Abstrak— Perkembangan industri pariwisata di Kota Baubau meningkat pesat dan dikunjungi oleh wisatawan domestic maupun mancanegara. Hal ini didukung oleh sarana transportasi udara berupa Bandar Udara Betoambari. Pada Bandar Udara Betoambari hingga saat ini hampir tidak ada upaya komersial yang dilakukan, padahal Bandar udara ini merupakan satu-satunya pilihan untuk mendaratkan/menerbangkan pesawat terbang di Baubau. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis positioning, promotion, dan service pada Bandar Udara Betoambari Baubau. Penelitian ini dilakukan di Kota Baubau tepatnya di Bandar Udara Betoambari dengan memproyeksikan jumlah penumpang dan pergerakan pesawat. Metode yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan metode Likert dengan skala 5 dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Hasil penelitian diperoleh bahwa promotion Bandar udara memiliki nilai terendah dengan rata-rata nilai 3,20 (tidak layak), kemudian service Bandar udara memiliki nilai 3,35 (tidak layak) dan yang tertinggi adalah positioning Bandar udara yaitu 3,74 (layak). Sehingga total rata-rata tingkat kelayakan strategi komersialisasi Bandar udara Betoambari sebesar 3,43 (tidak layak).

Kata kunci— Bandar Udara, Penumpang, Komersial

1. PENDAHULUAN

Indonesia terletak diantara dua benua dan dua samudra, dimana Indonesia merupakan daerah persimpangan jalur penerbangan internasional sehingga pemerintah keudian membangun infrastruktur penerbangan hampir diseluruh daerah di Indonesia tidak terkecuali Bandar Udara Betoambari di Kota Baubau.

Bandar Udara Betoambari merupakan Bandar udara perintis yang didirikan pada tahun 1979 dan sempat tidak

digunakan. Namun, pada tahun 2001 landasan bandar udara ini mulai diperbaiki dan pada tahun 2003 sebuah pesawat penerbangan swasta yang berkapasitas 54 orang mendarat di bandar udara ini hingga sekarang bertambah dua maskapai penerbangan.

Seiring dengan semakin berkembangnya industri pariwisata dan industri sumber daya alam di kawasan timur khususnya daerah Buton, maka hal ini membuka cakrawala bisnis luar bagi bandar udara Betoambari. Hal ini juga didukung

dengan letak Bandar Udara Betombari yang dekat dengan Bandar Udara Hasanuddin Makassar yang menjadi pintu gerbang udara utama ke kawasan timur Indonesia.

Dilihat dari segi jasa non aeronautika, hampir tidak ada upaya komersial yang dilakukan pada Bandar Udara Betombari padahal masih banyak peluang yang dapat dimanfaatkan guna menjadikan bandar udara Betombari sebagai sentral bisnis dan bukan hanya menjadi tempat naik dan turunnya pesawat. Apalagi dengan semakin berkembangnya industri pariwisata di daerah buton, maka hal ini akan memberikan berkah bagi jasa non aeronautika di bandar udara Betombari Baubau. Dengan memperhatikan permasalahan yang terjadi, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana kelayakan komersialisasi bandar udara Betombari berdasarkan indikator positioning, promotion, dan service? Dan seberapa besar pengaruh komersialisasi bandar udara Betombari terhadap jumlah kunjungan dan pendapatan bandara?

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis positioning, promotion, dan service pada Bandar Udara Betombari Baubau serta mengetahui pengaruh komersialisasi bandar udara Betombari terhadap jumlah kunjungan dan pendapatannya.

2. LANDASAN TEORI

Bandar Udara

Bandara udara adalah sebuah fasilitas dimana pesawat terbang dapat menaikkan dan menurunkan penumpang ataupun kargo yang kemudian akan mendarat/lepas landas. Menurut International Civil Aviation Organization, bandar udara adalah area tertentu di daratan atau perairan (termasuk bangunan, instalasi dan peralatan) yang diperuntukan, baik secara keseluruhan atau sebagian untuk kedatangan, keberangkatan dan pergerakan pesawat. Adapun fungsi utama dari bandar udara adalah untuk penyediaan fasilitas masuk dan keluar dari obyek-obyek yang

akan diangkut, penumpang atau barang, menuju dan dari system.

Bandar udara menyediakan jasa pelayanan yang beragam untuk kenyamanan penumpang, termasuk ruang tunggu yang nyaman, restoran, tempat-tempat hiburan dan sebagainya. Fasilitas-fasilitas untuk muatan juga berfungsi untuk menyimpan muatan dan melindunginya dari kemungkinan rusak atau hilang, termasuk penyimpanan tertutup bagi barang-barang yang mudah rusak atau hilang serta bahan-bahan yang mudah rusak akibat cuaca dan sebagainya.

Berdasarkan karakter dan potensinya, bandar udara diklasifikasikan menjadi:

- a. Bandar udara andalan
- b. Bandar udara marginal
- c. Bandar udara sedang berkembang

Penumpang

Penumpang dapat diartikan seseorang (individu) dan suatu perusahaan (kelompok) yang menggunakan jasa angkutan untuk suatu perjalanan tertentu dengan mengeluarkan sejumlah uang sebagai imbalan bagi pengangkut dengan kata lain dapat didefinisikan orang telah membeli tiket, berarti orang yang melakukan perjalanan dengan menggunakan alat transportasi yang disediakan oleh pihak pengangkut atau perusahaan niaga dan terikat kontrak dan persetujuan dengan pengangkut tertera di dalam tiket dengan pengangkut selama perjalanan.

Penumpang dapat dikelompokkan dalam dua kelompok yaitu:

- a. Penumpang yang naik suatu jenis transportasi dengan tanpa membayar, apakadikemukakan oleh pengemudi ataupun oleh anggota keluarga.
- b. Penumpang umum adalah penumpang yang ikut dalam perjalanan dalam suatu wahana dengan membayar, wahana bisa berupa taxi, bus, kereta api, kapal, ataupun pesawat terbang.

Komersialisasi

Hermawan Kartajaya dalam Marketing Plus 2000 mengatakan bahwa untuk bisa bertahan pada saat ini dan masa mendatang, setiap organisasi (baik laba ataupun nirlaba) harus berdasarkan kegiatan pada marketing (pemasaran). Ini mengingat kondisi pasar yang selalu berubah serta semakin tingginya kompetisi yang ada. Bila dijabarkan lebih jauh, sebenarnya komersialisasi itu sudah dimulai sejak pengumpulan data dan informasi tentang produk yang dibutuhkan konsumen, rencana produksi, proses penciptaan produk, promosi, layanan penjualan dan purna jual, sampai pada penciptaan produk baru (pembaruan) apabila suatu produk telah mencapai titik jenuh. Dan semua itu harus dapat memberikan kepuasan kepada tiga komponen pendukung (stakeholder), yaitu instansi/investor-karyawan-penumpang (stakeholder-people in the organization-customer).

Untuk mendukung pelaksanaannya, istilah komersialisasi harus didefinisi dari yang semula merupakan teknik penjualan, marketing mix (fungsi), serta segmentation-targeting-positioning (konsep) menjadi suatu strategi bisnis yang mengatur proses penciptaan, penawaran, pertukaran nilai antar stakeholder.

Studi Kelayakan

Studi kelayakan atau feasibility study merupakan suatu penelitian yang dilakukan untuk menentukan apakah suatu proyek layak atau tidak untuk dilaksanakan. Studi ini merupakan jalan untuk meminimalkan terjadinya penghamburan biaya proyek di masa yang akan datang. Suatu studi kelayakan paling penting harus mampu menjawab lima pertanyaan penting berikut:

- a. Apakah proyek akan berjalan atau tidak?
- b. Apakah proyek menguntungkan atau tidak?
- c. Berapa biaya yang diperlukan untuk dapat memulai proyek?
- d. Apakah pelaksanaan proyek itu berharga?

- e. Apakah proyek layak untuk ditindaklanjuti menjadi suatu business plan?

Tujuan setiap studi kelayakan adalah mengadakan penilaian terhadap suatu gagasan usaha/proyek. Penilaian tersebut kemudian dianalisa dan dievaluasi atau dibandingkan dengan yang baik atau dengan yang ideal termasuk dibandingkan dengan tujuan yang hendak dicapai, persyaratan yang baik serta standar yang seharusnya. Tugas studi kelayakan dalam artian luas meliputi penilaian terhadap aspek komersial, aspek ekonomis dan aspek manajemen.

Aspek komersial memperhitungkan seluruh penerimaan uang serta perkiraan penerimaan penjualan output yang dihasilkan, baik output utama dan output tambahannya dibandingkan dengan seluruh pengeluaran uang oleh proyek yang bersangkutan. Dalam menyusun sebuah studi kelayakan harus meliputi sekurang-kurangnya beberapa aspek berikut:

- a. Aspek pasar dan pemasaran
- b. Aspek teknis dan teknologi
- c. Aspek organisasi dan manajemen
- d. Aspek ekonomi dan keuangan

3. METODE PENELITIAN

Lingkup penelitian adalah aspek-aspek yang berkaitan dengan kelayakan pemasaran jasa kebandarudaraan di Bandar Udara betoambari Baubau. Sedangkan yang menjadi objek penelitian ini adalah tentang komersialisasi jasa kebandarudaraan (non-aeronautika) yang ada saat ini dalam mendukung pendapatan bandar udara ditinjau dari potensi penumpang.

Indikator yang digunakan dalam menganalisis strategi komersialisasi pada Bandar Udara Betoambari adalah:

- a. Reposisi, merupakan upaya bandar udara Betoambari dalam memposisikan (memfungsikan) dirinya serta produknya di mata/benak konsumen.

- b. Promosi, merupakan upaya bandar udara Betoambari untuk memperkenalkan diri dan produk-produknya kepada konsumen guna membangun image yang positif.
- c. Layanan (*service*), adalah upaya bandar udara Betoambari untuk memberikan layanan yang prima guna memberikan kepuasan kepada para konsumen/penumpang.

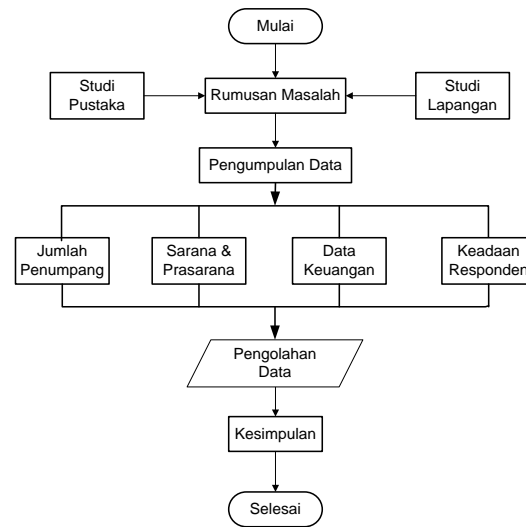
Tingkat kelayakan masing-masing indikator tersebut dilihat dari nilai total rata-rata tiap variabel (indikator) dengan menggunakan metode Likert skala 5. Adapun penilaian selengkapnya adalah sebagai berikut:

0	-	3,5	=	tidak layak
----- batas kelayakan -----				
3,6	-	5,0	=	layak

Gambar 1. Penilaian Skala Likert

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuisioner, wawancara dan obeservasi secara langsung di lapangan. Populasi yang digunakan adalah seluruh karyawan, pengunjung dan pengguna jasa penerbangan serta para penyewa lahan (konsesiner) di wilayah bandar udara Betoambari Baubau.

Adapun sample penelitian diambil dengan menggunakan metode cluster accidental sampling, dimana pengambilan data dilakukan atas sekelompok pengguna jasa di Bandar Udara Betoambari Baubau pada suatu waktu tertentu. Sedangkan analisis data dilakukan dengan tabulasi, rata-rata hitung dan presentase untuk data kuantitatif dan untuk konversi data kualitatif dari jawaban responden digunakan metode *Likert* skala 5. Diagram alir penelitian ini diperlihatkan pada Gambar 2 berikut.



Gambar 2. Diagram Alir Penelitian

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Mobilitas penumpang pada bandar udara Betoambari Baubau baik keberangkatan maupun kedatangan cukup tinggi. Hal ini disebabkan oleh letak geografis Baubau yang cukup strategis yang didukung dengan transportasi udara merupakan sarana transportasi favorit bagi masyarakat kota Baubau dan sekitarnya. Adapun data mobilitas penumpang di bandar udara Betoambari Baubau diperlihatkan pada tabel 1 berikut.

Tabel 1. Data Mobilitas Penumpang

Waktu	Keda-tangan	Keberang-katan	Total Penumpang
T1	648	440	1078
T2	523	459	982
T3	752	669	1421
T4	568	613	1181
Total	2481	2181	4662

Sumber: Bandar Udara Betoambari

Untuk data keuangan dan keadaan responden diperlihatakan pada tabel 2 dan tabel 2 berikut:

Tabel 2. Data Keuangan Bandar Udara Betoambari

NO	URAIAN	JUMLAH
PENDAPATAN		
1.	Aeronautika	Rp 481.745.472
	Non-Aeronautika	Rp 134.724.000
	Total	Rp 616.469.472
BIAYA		
2.	Belanja Pegawai	1.221.813.054
	Belanja Rutin	1.829.747.000
	Total	3.051.660.054

Responden dalam penelitian ini terdiri dari berbagai kalangan baik pria maupun wanita.

Tabel 3. Keadaan Responden

Usia & Gender Responden	Responden			
	A 51 org (51%)	B 41 org (41%)	C 0 0%	D 8 org (8%)
L	< 20 Th	-	6	-
	20-40 Th	33	22	4
	> 40 Th	1	-	-
P	< 20 Th	-	1	-
	20-40 Th	16	12	4
	> 40 Th	1	-	-
Total	100 Orang			

Keterangan:

- A = Penumpang
- B = Pengantar
- C = Konsesione
- D = Karyawan

Untuk kondisi sarana dan prasarana yang terdapat pada bandar udara Betoambari Baubau diperlihatkan pada tabel 4 berikut:

Tabel 4. Prasarana dan Fasilitas Eksisting Bandar Udara Betoambari

No	Jenis Fasilitas	Volume (m)
1.	Prasarana Sisi Udara	
	a. Landasan Pacu	1600 x 30
	b. Taxiway	60 x 23
	c. Apron	85 x 60
	d. Overrun	2 x 90 x 30

No	Jenis Fasilitas	Volume (m)
2.	Fasilitas Sisi Darat	
	a. Gedung Tower Lt. 4	125 m ²
	b. Power House (Baru)	72 m ²
	c. Power Haouse (Lama)	48 m ²
	d. Gedung Terminal	671 m ²
	e. Gedung Kantor	150 m ²
	f. Gudang	146,25 m ²
	g. Gedung Pkp-Pk	147 m ²
2.	h. Gedung Operasional	870 m ²
	i. Pos Satpam	24 m ²
	j. Bak Air	28 m ²
3.	k. Lapangan Parkir	
	Fasilitas Operasi Penerbangan	
	a. Gedung CCR	30 m ²
	b. Gedung NDB	9 m ²
	c. Menara Kontrol	100 m ²

Sumber: Bandar Udara Betoambari

Positioning

Penelitian menunjukkan bahwa *positioning* bandar udara Betoambari disamping sebagai tempat naik turunnya penumpang yang menggunakan jasa angkutan penerbangan juga sebagai tempat berdagang dan rekreasi. Adapun hasil polling sejumlah responden diperlihatkan pada tabel berikut.

Tabel 5. Positioning

Nilai Jawaban	Tanggapan Responden	Fungsi Bandar Udara							
		Tempat Berpergian dengan Pesawat		Tempat Berdagang /Berbisnis		Tempat Rekreasi		Nilai Total Rata-Rata	
		Jumlah	Persen	Jumlah	Persen	Jumlah	Persen	Total	Rata-Rata
5	Tentu Saja	31	31%	18	18%	14	14%	315	105
4	Ya	50	50%	49	49%	26	26%	500	166.7
3	Mungkin	18	18%	31	31%	47	47%	288	96
2	Sulit	1	1%	-	-	3	3%	8	2.7
1	Tidak Mungkin	-	-	2	2%	10	10%	12	4
	Total	100	100%	100	100%	100	100%	1123	374.3

Promotion

Upaya promosi yang dilakukan pengelola bandar udara dalam rangka memasarkan jasa non-aeronautika agaknya kurang optimal. Hal ini diperlihatkan pada tabel berikut:

Tabel 6. Promotion

Nilai Jawaban	Tanggapan Responden	Macam Produk									
		Ruang Tunggu		Catering		Money Changer		Sarana Hiburan & Permainan		Nilai Total Rata-Rata	
		Jumlah	Persen	Jumlah	Persen	Jumlah	Persen	Jumlah	Persen	Total	Rata-Rata
5	Tentu Saja	23	23%	16	16%	10	10%	5	5%	270	67.5
4	Ya	59	59%	38	38%	15	15%	7	7%	476	119
3	Mungkin	12	12%	32	32%	26	26%	56	56%	378	94.5
2	Sulit	4	4%	7	7%	30	30%	16	16%	114	28.5
1	Tidak Mungkin	2	2%	7	7%	19	19%	16	16%	44	11
	Total	100	100%	100	100%	100	100%	100	100%	1282	320.5

Services

Persepsi secara berbeda oleh beberapa responden juga terjadi pada pelayanan (services) yang dilakukan di bandar udara yang pada umumnya tentang keluhan layanan yang kurang optimal. Kondisi ini diperlihatkan pada tabel berikut:

Tabel 7. Services

Nilai Jawaban Responden	Macam Produk											
	Kebersihan Lngk. & Toilet		Kenyamanan Check In/Ruang Tunggu		Keramahan & Perhatian Petugas		Pelataran Parkir		Keamanan		Nilai Total Rata-Rata	
	Jumlah	Persen	Jumlah	Persen	Jumlah	Persen	Jumlah	Persen	Jumlah	Persen	Total	Rata-Rata
5 Tertu Saja	8	8%	6	6%	10	10%	3	3%	3	3%	150	30
4 Ya	39	39%	45	45%	29	29%	27	27%	25	25%	660	132
3 Mungkin	35	35%	43	43%	57	57%	62	62%	68	68%	795	159
2 Sulit	16	16%	5	5%	2	2%	8	8%	4	4%	70	14
1 Tidak Mungkin	2	2%	1	1%	1	1%	-	-	-	-	4	0.8
Total	100	100%	100	100%	100	99%	100	100%	100	100%	1679	335.8

Kelayakan Komersialisasi

Berdasarkan hasil tanggapan responden tentang *positioning*, *promotion*, dan *services* maka tingkat kelayakan masing-masing dari strategi komersialisasi bandar udara dapat dilihat berdasarkan nilai-nilai total rata-rata tiap komponen yang diperlihatkan pada tabel berikut:

Tabel. 8 Tingkat Kelayakan Komersialisasi Bandar Udara Betoambari

Variabel yang Diukur	Nilai	N-Responden	Nilai Rata-Rata	Kesimpulan
Positioning	374.3	100	3.74	Layak
Promotion	320.5	100	3.21	Tidak Layak
Services	335.8	100	3.36	Tidak Layak
Total Rata-Rata			3.44	Tidak Layak

Jika melihat jumlah kunjungan pada bandar udara Betoambari, terlihat bahwa jumlah kunjungan masih sangat minim. Hal ini disebabkan sector pasar yang dibidik hanyalah sector tunggal yaitu orang-orang yang hendak bepergian dengan menggunakan jasa pesawat udara saja, sedangkan diketahui bahwa angkutan udara masih merupakan kebutuhan kelas menengah ke atas. Hal ini juga diperparah dengan sedikitnya sector komersialisasi yang digarap sehingga pendapatan dari sector non-aeronautika juga sangat sedikit. Sumber-sumber pendapatan non-aeronautika bandar udara banyak mengharapkan tingginya factor kunjungan massa atau orang-orang (parkir dan pas masuk bandara) tidak berperan secara

optimal dalam mendukung pendapatan bandara.

Dengan demikian, jumlah kunjungan di bandar udara Betoambari sangat berpengaruh terhadap pendapatan (non-aeronautika) bandar udara, dimana jika tingkat kunjungan tinggi maka tinggi pula pendapatan (non-aeronautika) dan juga berlaku sebaliknya jika rendah kunjungan ke bandar udara Betoambari maka rendah pula pendapatan (non-aeronautika) bandar udara Betoambari.

5. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa:

- a. Kelayakan komponen komersialisasi bandar udara Betoambari sebagai berikut:
 - 1) Nilai rata-rata Positioning bandar udara Betoambari sebesar 3,74 sehingga layak.
 - 2) Nilai rata-rata Promotion bandar udara Betoambari sebesar 3,21 sehingga tidak layak.
 - 3) Nilai rata-rata Services bandar udara Betoambari sebesar 3,36 sehingga tidak layak.
- b. Strategi komersialisasi yang diterapkan pihak bandara udara Betoambari menyebabkan minimnya jumlah kunjungan sehingga hal ini secara positif mempengaruhi pendapatan (non-aeronautika), dimana dengan rendahnya kunjungan pada bandar udara Betoambari mengakibatkan minimnya jumlah pendapatan (non-aeronautika) di bandar udara Betoambari.

REFERENSI

- [1] Basuki, Heru, 1985. Merancang dan Merencanakan Lapangan Terbang: Bandung. Alumni
- [2] Hermawan, Kertajaya, 1996. *Marketing Plus 2000: Siasat Memenangkan Persaingan Global*: Jakarta. Gramedia.
- [3] Latif, Syamsuwito dkk, 2001. *Sistem Transportas*:. Makassar. Fakutas



- Teknik Sipil Universitas Muslim Indonesia.
- [4] Marlok, Edwar K, 1988. Pengantar Teknik dan Perencanaan Transportasi: Jakarta. Erlangga
- [5] Nasution. S, 1982. Metode *Research*: Bandung. Jemmars.
- [6] Sutomo, Heru, 2002. Sistem Transportasi dan Konsep Jaringan: Yogyakarta, Universitas Gajah Mada.
- [7] Zainuddin, Ahmad, "Selintas Pelabuhan Udara", Yogyakarta. Ananda, 1983.