

Strategi Pemasaran Bandar Udara Internasional Jawa Barat Kertajati

¹Sa'id Aly, ^{2,*}You She Melly Anne Dharasta

¹Jurusan Manajemen Transportasi Udara
Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan Yogyakarta
21091466@students.sttkd.ac.id

²Jurusan Manajemen Transportasi
Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan Yogyakarta
you.she@gmail.com

Article history:

Received July 17, 2025

Revised July 25, 2025

Accepted July 30, 2025

Abstract

West Java Kertajati International Airport (BIJB) is a strategic infrastructure that plays an important role in supporting connectivity and regional economic growth. However, the airport faces challenges in the form of passenger occupancy rates that are still below the target and intense competition with other airports in West Java. This study aims to analyze the internal and external factors that influence BIJB's marketing strategy using the marketing mix (4P) approach and formulate a marketing strategy based on SWOT analysis. The research method used a descriptive qualitative approach with data collection techniques through in-depth interviews with PT BIJB's marketing team, field observations, and document analysis. The data was then evaluated using the IFAS-EFAS matrix to identify strategic factors, Cartesian diagram to map the company's position, and SWOT matrix to formulate strategy recommendations. Based on the results of the IFAS and EFAS matrix calculations, it can be seen that the difference between strengths and weaknesses (0.50) and opportunities and threats (0.51). The results show that Kertajati West Java International Airport is in quadrant I, so the strategy that can be used by Kertajati West Java International Airport based on SWOT analysis is the SO strategy, namely the domestic airplane travel fare subsidy program and establishing partnerships with travel agencies to attract tourists.

Keywords: marketing, SWOT, IFAS, EFAS, Kertajati

Pendahuluan

Indonesia sebagai negara kepulauan terbesar di dunia memiliki tantangan besar dalam hal konektivitas antar wilayah. Untuk mengatasi keterbatasan transportasi darat dan laut, moda transportasi udara menjadi solusi strategis, sehingga keberadaan bandar udara yang memadai sangat penting. Salah satu infrastruktur penting dalam sektor transportasi udara adalah Bandar Udara Internasional Jawa Barat Kertajati (BIJB), yang dibangun untuk menjadi pusat pertumbuhan ekonomi dan konektivitas wilayah Jawa Barat. Namun, meskipun memiliki kapasitas besar dan fasilitas yang memadai, BIJB belum mampu berfungsi secara optimal. Jumlah penumpang mengalami fluktuasi tajam sejak 2019, terutama akibat pandemi COVID-19, dan hingga 2024 belum mampu mencapai target awal 7.500 penumpang per hari, dengan realisasi hanya sekitar 2.000 per hari detik.com [1]

Rendahnya minat masyarakat untuk menggunakan fasilitas BIJB dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti lokasi yang kurang strategis, aksesibilitas yang terbatas, frekuensi penerbangan yang rendah, serta kurangnya strategi promosi yang efektif. Hasil studi Novianty [2], menunjukkan bahwa tantangan eksternal seperti perubahan preferensi konsumen dan dinamika pasar berperan lebih dominan dibandingkan faktor internal dalam mempengaruhi kinerja bandara. Dalam konteks ini, strategi pemasaran yang tepat menjadi elemen penting untuk meningkatkan daya tarik bandara, menjalin kolaborasi dengan maskapai penerbangan, serta memperkuat peran BIJB dalam mendukung sektor pariwisata dan ekonomi lokal.

Berkaca pada kondisi tersebut, diperlukan evaluasi menyeluruh terhadap strategi pemasaran yang diterapkan oleh PT BIJB selaku pengelola bandara. Pengembangan strategi yang inovatif, adaptif terhadap perubahan pasar, dan berbasis kerja sama lintas sektor menjadi hal krusial untuk meningkatkan daya saing dan utilitas BIJB. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi permasalahan utama, menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi rendahnya

penggunaan bandara, serta merumuskan strategi pemasaran yang efektif guna mendukung peran strategis Bandar Udara Internasional Jawa Barat Kertajati dalam pembangunan wilayah dan konektivitas nasional.

Tinjauan Pustaka

Penelitian ini berlandaskan pada teori-teori yang relevan dengan strategi pemasaran dan analisis SWOT sebagai alat bantu perumusan strategi yang efektif bagi perusahaan. Strategi pemasaran adalah suatu pendekatan yang terstruktur dalam mengelola proses menciptakan, mengkomunikasikan, dan menyampaikan nilai kepada pelanggan untuk memperoleh keuntungan. Menurut Hamel dan Prahalad dalam Rangkuti [3], strategi merupakan tindakan yang bersifat terus-menerus untuk memenuhi ekspektasi pelanggan masa depan. Chandler dalam Budio [4], menyatakan bahwa strategi merupakan alat mencapai tujuan jangka panjang perusahaan melalui program dan alokasi sumber daya. Sementara itu, pemasaran sebagai proses sosial dan manajerial bertujuan memenuhi kebutuhan konsumen, sebagaimana dikemukakan oleh Daryanto dalam Pratama [5]. Strategi pemasaran yang efektif mengandalkan bauran pemasaran (marketing mix) yang terdiri dari produk, harga, tempat, dan promosi Kotler dan Keller [6]. Keempat elemen ini memainkan peran penting dalam menarik dan mempertahankan konsumen serta menciptakan keunggulan bersaing.

Analisis SWOT digunakan sebagai metode analitis dalam mengidentifikasi dan mengevaluasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi kinerja organisasi. SWOT merupakan akronim dari Strengths (kekuatan), Weaknesses (kelemahan), Opportunities (peluang), dan Threats (ancaman). Menurut Rangkuti [7], penggunaan matriks SWOT membantu menyusun strategi berdasarkan kombinasi faktor-faktor tersebut. Untuk mendukung sistematika analisis, digunakan pula tabel IFAS dan EFAS sebagai alat untuk meringkas dan memberi bobot pada masing-masing faktor strategis internal dan eksternal. Selanjutnya, pemetaan strategi dilakukan menggunakan diagram Cartesius untuk menentukan posisi perusahaan dan merumuskan strategi yang sesuai, yaitu strategi SO, ST, WO, dan WT.

Penelitian ini juga memperhatikan konteks spesifik Bandar Udara Internasional Jawa Barat Kertajati dan PT BIJB sebagai objek penelitian. Bandar udara ini berperan penting dalam mendukung konektivitas wilayah Jawa Barat dan memiliki potensi strategis sebagai pusat pertumbuhan ekonomi. PT BIJB, sebagai BUMD yang mengelola bandara, dituntut untuk menerapkan strategi pemasaran yang tepat agar mampu bersaing dan meningkatkan pemanfaatan layanan bandara. Sejumlah penelitian terdahulu yang relevan, seperti studi oleh Wijayanthi dan Suanendri [8], Magu dan Maulana [9], Novianty [2], menunjukkan bahwa penerapan analisis SWOT secara tepat dapat memberikan arahan strategis yang signifikan bagi pengembangan bandara dan sektor transportasi udara. Oleh karena itu, pendekatan teoritis ini menjadi dasar penting dalam merumuskan strategi pemasaran bagi BIJB Kertajati dalam penelitian ini.

Metode Penelitian

Desain Penelitian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus. Pendekatan ini dipilih karena peneliti ingin memahami secara mendalam fenomena rendahnya tingkat pemanfaatan Bandar Udara Internasional Jawa Barat Kertajati melalui pengamatan langsung serta wawancara dengan pihak-pihak terkait. Sugiyono [10], Penelitian kualitatif bersifat naturalistik, yaitu dilakukan dalam kondisi alamiah, dan peneliti sebagai instrumen utama berperan dalam mengumpulkan, menganalisis, serta menginterpretasikan data.

Waktu dan Tempat Penelitian. Penelitian dilaksanakan selama lima bulan, mulai Januari hingga Mei 2025. Lokasi penelitian bertempat di Bandar Udara Internasional Jawa Barat Kertajati, Majalengka, Jawa Barat.

Jenis dan Sumber Data. Data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara langsung dengan staf unit pemasaran PT BIJB dan pengamatan lapangan terhadap faktor-faktor strategis yang mempengaruhi operasional bandara. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari dokumen resmi seperti laporan Kementerian Perhubungan, situs web PT BIJB, artikel ilmiah, jurnal, dan publikasi terkait.

Teknik Pengumpulan Data. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi langsung di lapangan, dokumentasi visual dan tertulis, serta studi pustaka. Wawancara dilakukan terhadap informan kunci seperti petugas bagian pemasaran dan pengelola operasional bandara. Observasi dilakukan untuk mengamati aksesibilitas, frekuensi penerbangan, dan fasilitas penunjang. Dokumentasi dan studi pustaka digunakan untuk memperoleh data tambahan yang memperkuat temuan lapangan.

Teknik Analisis Data. Analisis data dilakukan dengan menggunakan model Miles dan Huberman [11], yang meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan pendekatan SWOT melalui matriks IFAS (faktor internal) dan EFAS (faktor eksternal), untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman dari strategi pemasaran BIJB Kertajati. Selanjutnya hasil IFAS dan EFAS digambarkan dalam diagram Cartesius untuk mengetahui posisi strategis perusahaan, dan dirumuskan dalam matriks SWOT guna menghasilkan rekomendasi strategi yang tepat.

Teknis Keabsahan Data. Untuk menjamin keabsahan data, peneliti menggunakan triangulasi sumber dan teknik. Triangulasi sumber dilakukan dengan mewawancarai beberapa informan dari posisi dan peran yang berbeda, sedangkan triangulasi teknik menggunakan kombinasi wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik ini bertujuan untuk memastikan konsistensi data dan meningkatkan validitas hasil penelitian.

Hasil Penelitian

Berdasarkan analisis terhadap Bauran Pemasaran 4P (Product, Price, Place, Promotion) dan Analisis SWOT, diperoleh hasil sebagai berikut:

Bauran Pemasaran 4P

- a. *Product (Produk)* – Bandara Kertajati menawarkan layanan transportasi udara dengan fasilitas berkapasitas besar, namun terdapat kelemahan dalam hal aksesibilitas dan fasilitas pendukung seperti transportasi publik dan perawatan fasilitas.
- b. *Price (Harga)* – Harga tiket relatif lebih tinggi dibandingkan Bandara Soekarno-Hatta, sehingga menjadi tantangan dalam menarik minat penumpang.
- c. *Place (Tempat)* – Lokasi bandara dinilai kurang strategis karena jauh dari pusat ekonomi, dan akses transportasi umum masih terbatas.
- d. *Promotion (Promosi)* – Strategi promosi melalui media sosial dan elektronik dinilai efektif, namun belum memiliki metrik kuantitatif untuk mengukur dampaknya secara akurat.

Analisis SWOT

Matriks IFAS – Tabel 1 menunjukkan hasil analisis matriks IFAS. Hasil menunjukkan bahwa kekuatan (strengths) Bandara Kertajati (total skor 1,6) lebih besar daripada kelemahan (weaknesses) (total skor 1,1). Faktor utama kekuatan meliputi kapasitas bandara yang besar dan dukungan pemerintah, sedangkan kelemahan utama adalah aksesibilitas dan biaya operasional yang tinggi.

Tabel 1. Analisis matriks IFAS

NO	Kategori Variabel Internal	Bobot	Nilai	Nilai Tertimbang
Kekuatan (Strengths)				
1	Kapasitas terminal, apron dan runway besar	0,08	3,33	0,27
2	Area untuk pengembangan bandar udara sangat luas	0,08	3	0,24
3	Memiliki citra dengan pelayanan yang ramah	0,1	3,67	0,37
4	satu satunya bandar udara bertaraf internasional di Jawa Barat	0,08	2	0,16
5	Pemerintah pusat dan daerah aktif mendorong pengoptimalan bandar udara Internasional	0,14	4	0,56
Sub Total		0,48		1,6
Kelemahan (Weaknesses)				
1	Transportasi publik terbatas	0,08	2	0,16
2	Terdapat keluhan terkait fasilitas publik tidak terawat, seperti eskalator mati, air conditioner tidak dingin	0,08	2,67	0,21
3	Rute dan jadwal penerbangan masih minim	0,09	2,33	0,2
4	Biaya operasional tinggi	0,08	3,33	0,27
5	Lokasi Bandar Udara Internasional Jawa Barat Kertajati Kurang Strategis	0,19	1,33	0,26
Sub Total		0,52		1,1
Total Kekuatan dan Kelemahan		1		0,50

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Matriks EFAS – Tabel 2 menunjukkan hasil analisis matriks EFAS. Total skor peluang (opportunities) (1,66) lebih tinggi dibandingkan ancaman (threats) (1,15). Peluang utama meliputi pertumbuhan pariwisata dan ekonomi Jawa Barat, sementara ancaman utama adalah daya saing dengan Bandara Soekarno-Hatta dan harga tiket yang mahal.

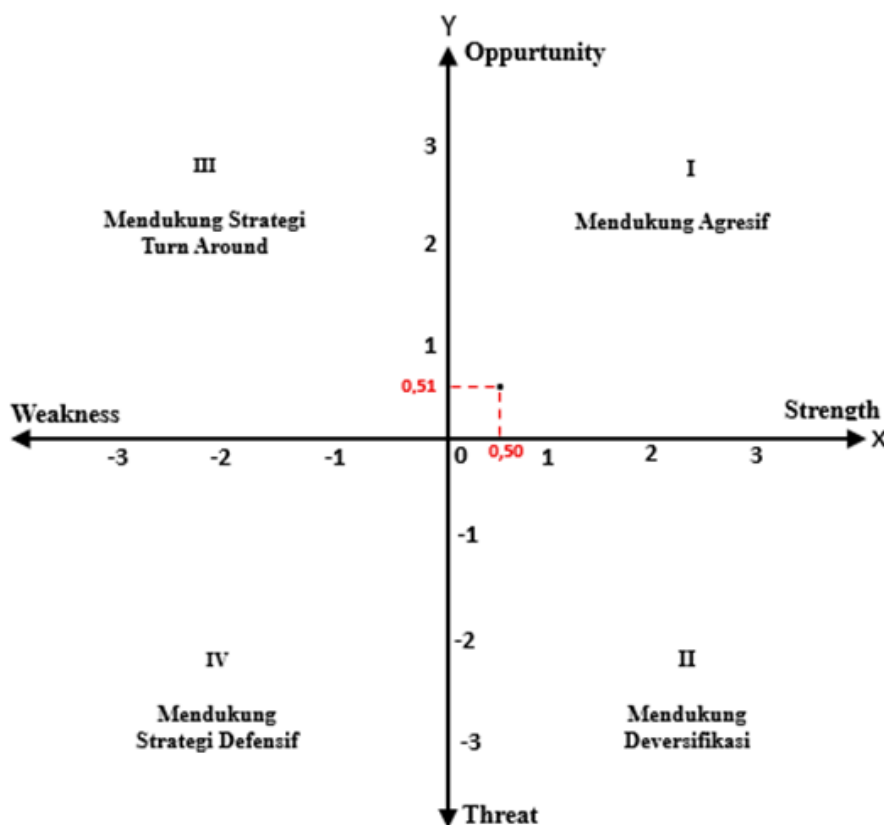
Tabel 2. Analisis matriks EFAS

No	Kategori Variabel Eksternal	Bobot	Nilai	Nilai Tertimbang
Peluang (Opportunities)				
1	Pertumbuhan industri pariwisata di Jawa Barat dapat meningkatkan permintaan perjalanan udara	0,1	3,33	0,33
2	Relokasi penerbangan dari Bandar Udara Husein Sastranegara Bandung	0,09	3,33	0,3
3	Peningkatan ekspor berbagai komoditas di Jawa Barat sehingga bandar udara Kertajati berpotensi sebagai pusat kargo dan distribusi logistik	0,08	2	0,16
4	Bandara Kertajati dapat menjalin kemitraan strategis dengan perusahaan transportasi, investor swasta, dan industri pariwisata.	0,1	2,67	0,27
5	Pertumbuhan ekonomi di Jawa Barat mengalami peningkatan setiap tahunnya sehingga dapat menciptakan permintaan yang lebih tinggi untuk perjalanan udara	0,15	4	0,6
Sub Total				1,66
Ancaman (Threats)				
1	Kurangnya daya saing dengan Bandar Udara Soekarno-Hatta	0,1	2	0,2
2	Kurangnya daya tarik bagi maskapai dan penumpang	0,09	2	0,18
3	Harga tiket relatif mahal dibandingkan bandara kompetitor	0,13	2,67	0,34
4	Ancaman dari bencana alam atau krisis kesehatan yang dapat mengganggu operasional bandara dan menurunkan permintaan perjalanan udara	0,08	3	0,24
5	Kereta cepat Jakarta-Bandung	0,08	2,33	0,19
Sub Total		0,48		1,15
Total Peluang dan Ancaman		1		0,51

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Diagram Cartesius

Diagram Cartesius SWOT penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 1. Gambar menunjukkan bahwa bandara Kertajati memiliki kekuatan internal yang signifikan serta didukung oleh peluang eksternal yang besar. Posisi ini ideal karena bandara dapat memanfaatkan kekuatannya untuk merebut peluang yang ada. Strategi yang sesuai dalam posisi ini adalah strategi agresif (*growth-oriented strategy*).



Gambar 1. Diagram Cartesius

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Analisis Matriks SWOT

Tabel 3 menunjukkan hasil analisis matriks SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Bandara Kertajati memiliki potensi besar untuk berkembang, namun perlu mengatasi beberapa tantangan utama:

- 1) Peningkatan Fasilitas dan Aksesibilitas
 - Keluhan mengenai fasilitas yang kurang terawat (seperti eskalator dan pendingin udara) harus segera ditangani untuk meningkatkan user experience.
 - Integrasi transportasi publik (seperti kereta bandara) dapat meningkatkan aksesibilitas dan daya saing.
- 2) Strategi Harga yang Kompetitif
 - Subsidi tarif penerbangan domestik dapat menjadi solusi untuk menarik lebih banyak penumpang dan maskapai.
- 3) Optimalisasi Promosi
 - Kolaborasi dengan Dinas Pariwisata dapat meningkatkan branding Bandara Kertajati sebagai pusat konektivitas di Jawa Barat.

4) Pemanfaatan Peluang Eksternal

- Pertumbuhan pariwisata dan ekonomi Jawa Barat dapat dimanfaatkan dengan membuka rute baru dan kemitraan strategis.

Tabel 3. Matriks SWOT

EFAS	IFAS	
	STRENGTHS (S)	WEAKNESS (W)
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kapasitas terminal, apron dan runway besar 2. Area untuk pengembangan bandar udara sangat luas 3. Memiliki citra dengan pelayanan yang ramah 4. satu satunya bandar udara bertaraf internasional di Jawa Barat 5. Pemerintah pusat dan daerah aktif mendorong pengoptimalan bandar udara Internasional 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Transportasi publik terbatas/belum terintegrasi 2. Terdapat keluhan terkait fasilitas publik tidak terawat, seperti eskalator mati, air conditioner tidak dingin 3. Rute dan jadwal penerbangan masih minim 4. Biaya operasional tinggi, sehingga terjadi Penekanan/efisiensi biaya operasional 5. Lokasi Bandar Udara Internasional Jawa Barat Kertajati Kurang Strategis
<p>OPPORTUNITIES (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pertumbuhan industri pariwisata di jawa barat dapat meningkatkan permintaan perjalanan udara 2. relokasi penerbangan dari Bandar Udara Husein Sastranegara Bandung 3. Peningkatan ekspor berbagai komoditas di jawa barat sehingga bandar udara Kertajati berpotensi sebagai pusat kargo dan distribusi logistik 4. Bandara Kertajati dapat menjalin kemitraan strategis dengan perusahaan transportasi, investor swasta, dan industri pariwisata 5. Pertumbuhan ekonomi di Jawa Barat mengalami peningkatan setiap tahunnya sehingga dapat menciptakan permintaan yang lebih tinggi untuk perjalanan udara 	<p>STRATEGI SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Program subsidi tarif perjalanan pesawat domestik 2. Menjaln kemitraan dengan dinas pariwisata untuk menarik perhatian wisatawan 	<p>STRATEGI WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Efisiensi biaya operasional dengan pemanfaatan energi surya (PLTS) 2. Membuka rute potensial baru
<p>THREATS (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kurangnya daya saing dengan Bandar Udara Soekarno-Hatta 2. Kurangnya daya tarik bagi maskapai dan penumpang 3. Harga tiket relatif mahal dibandingkan bandara kompetitor 4. Ancaman dari bencana alam atau krisis kesehatan yang dapat mengganggu operasional bandara dan menurunkan permintaan perjalanan udara 5. Kereta Cepat Jakarta Bandung 	<p>STRATEGI ST</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Promosi secara intensif 2. Pembangunan KA bandara Kertajati sebagai penghubung dengan kota/kabupaten sekitar. 	<p>STRATEGI WT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tingkatkan pemeliharaan fasilitas dan user experience 2. Perkuat integrasi antar moda dan aksesibilitas bandara

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi pemasaran Bandar Udara Internasional Jawa Barat Kertajati melalui analisis SWOT, Matriks IFAS & EFAS, serta Diagram Cartesius, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

- a) Analisis SWOT menunjukkan bahwa Bandara Kertajati memiliki kekuatan internal (skor 1,60) yang lebih tinggi dibandingkan kelemahan (skor 1,10), dengan selisih IFAS sebesar 0,50. Sementara itu, peluang eksternal (skor 1,66) lebih dominan daripada ancaman (skor 1,15), menghasilkan selisih EFAS sebesar 0,51.
- b) Posisi pada Diagram Cartesius (0,50; 0,51) menempatkan Bandara Kertajati di Kuadran I (Growth-Oriented Strategy), yang menunjukkan bahwa bandara ini memiliki potensi besar untuk berkembang dengan memanfaatkan kekuatan internal dan peluang eksternal.
- c) Strategi pemasaran utama yang direkomendasikan meliputi:
 - (i) Program subsidi tarif penerbangan domestik untuk meningkatkan daya saing.
 - (ii) Kemitraan strategis dengan Dinas Pariwisata guna menarik minat wisatawan dan memperluas pasar.

Saran

- a) Saran bagi PT BIJB adalah sebagai berikut:
 - (i) Efisiensi biaya operasional melalui penerapan teknologi ramah lingkungan (misalnya PLTS) dan optimalisasi sumber daya.
 - (ii) Peningkatan kualitas layanan dan fasilitas, terutama dalam hal aksesibilitas transportasi dan perawatan infrastruktur.
- b) Bagi penelitian selanjutnya, saran berikut ini perlu dipertimbangkan:
 - (i) Perlu kajian lebih mendalam mengenai dampak kebijakan subsidi terhadap pertumbuhan penumpang.
 - (ii) Penelitian lanjutan dapat memfokuskan pada analisis kuantitatif dampak promosi digital terhadap brand awareness Bandara Kertajati.

Daftar Pustaka

- [1] Website Resmi Detikcom. 2023. Diramaikan pemerintah, denyut Bandara Kertajati masih sepi, Tanggal 26 Februari 2025. Link: <https://www.detik.com/jabar/bisnis/d-7238992/diramaikan-pemerintah-denyut-bandara-kertajati-masih-sepi>
- [2] NOVIANTY Z, R. F. 2019. *ANALISIS SWOT SEBAGAI PERUMUSAN STRATEGI PEMASARAN BERDAYA SAING DI BANDAR UDARA INTERNASIONAL KERTAJATI JAWA BARAT*. Skripsi, Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan, Yogyakarta.
- [3] Rangkuti, Freddy. 2017. *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- [4] Budio, S. B. S. 2019. Strategi manajemen sekolah. *Jurnal Menata: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, Vol 2, No 2), pp. 56-72.
- [5] Pratama, W. A. 2019. Sistem Informasi Pemasaran Produk Usaha Kecil Menengah Berbasis Web Pada Galeri UKM Soppeng. *Jurnal Ilmiah Sistem Informasi dan Teknik Informatika (JISTI)*, 2(1), pp. 61-69.
- [6] Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Management*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- [7] Rangkuti, Freddy. 2018. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI. Cetakan Kedua Puluh Empat*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

- [8] Wijyanthi, I. A. T., & Suanendri, N. P. A. 2021. Manajemen Strategi Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Pada Maskapai Garuda Indonesia di Bandara Internasional I Gusti Ngurah Rai Denpasar. *JURNAL CAPITAL: Kebijakan Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 3(1), 69-83.
- [9] Magu, N. A. R., & Maulana, A. D. 2024. Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran pada PT. Lion Air di Bandar Udara Internasional Yogyakarta. *As-Syirkah: Islamic Economic & Financial Journal*, 3(4), 1996-2011.
- [10] Sugiyono. 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Alfabeta, Bandung.
- [11] Sugiyono, 2019. *Analisis data penelitian kualitatif model miles dan huberman mengenai reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan*. Alfabeta, Yogyakarta.