

**STRATEGI PENINGKATAN KINERJA BANDARA INTERNASIONAL SYAMSUDIN NOOR  
BANJARMASIN BERBASIS DAYA TARIK DENGAN INOVASI SEBAGAI  
VARIABEL MODERATING**

**Yeni Mujiatin<sup>1</sup>, Derriawan<sup>2</sup>, Mombang Sihite<sup>3</sup>**  
*Sekolah Pascasarjana Pancasila<sup>1,2,3</sup>*  
Email : yennymujiatin@gmail.com

**ABSTRACT**

The objective of this study was to determine the effect of comparative advantage, ease of connectivity, and digital marketing directly or indirectly on airport attractiveness, as well as the effect of all variables on company performance moderated by the innovation of Syamsudin Noor International Airport Banjarmasin. The sample size was 255 passengers who have used services of the new airport terminal that began operations in December 2019. Sampling technique used in this study was purposive sampling. Data collection used a questionnaire. Data analysis technique used Structural Equation Modeling (SEM) processed with the assistance of SmartPLS version 3 software. The results indicated that comparative advantage variable had a significant effect on airport attractiveness. Likewise, ease of connectivity and digital marketing variables had a significant effect on airport attractiveness. However, comparative advantage had no significant effect on company performance, while other variables of ease of connectivity, digital marketing, and attractiveness had a significant effect on company performance. Comparative advantage variable through innovation had a significant effect on company performance. Ease of connectivity variable through innovation had a significant effect on company performance. Digital marketing variable through innovation had a significant effect on company performance. Attractiveness variable through innovation had a significant effect on company performance. Thus, innovation can encourage or improve company performance at Syamsudin Noor International Airport Banjarmasin. The result also shows that the airport performance improvement strategy plan refers to the strategies from the analysis that has been carried out and the right strategy is chosen to be compiled into work plans and programs. Not only until the work program, the result also captured Key Performance Indicators (KPI) related to the intended strategic goals.

Keywords: Comparative Advantage, Ease of Connectivity, Airport Attraction, Digital Marketing, Innovation, and Company Performance

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh keunggulan komparatif, kemudahan konektivitas, dan digital marketing secara langsung maupun tidak langsung terhadap daya tarik bandara, serta pengaruh pengaruh seluruh variabel tersebut terhadap kinerja perusahaan yang dimoderasi oleh inovasi Bandara Internasional Syamsudin Noor Banjarmasin. Sampel penelitian sejumlah 255 responden yang merupakan penumpang yang pernah menggunakan jasa bandara baru yang mulai beroperasi pada Desember 2019. Teknik pengambilan sampel yaitu purposive sampling. Pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan analisis Structural Equation Modeling (SEM) yang diolah dengan software SmartPLS versi 3. Hasil penelitian membuktikan bahwa variabel keunggulan komparatif berpengaruh signifikan terhadap daya tarik bandara. Begitu juga dengan variabel kemudahan konektivitas serta digital marketing juga berpengaruh signifikan terhadap daya tarik bandara. Variabel keunggulan komparatif berpengaruh tidak signifikan terhadap kinerja perusahaan, sedangkan variabel lainnya seperti kemudahan konektivitas, digital marketing, dan daya tarik berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan. Variabel keunggulan komparatif melalui inovasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan. Variabel kemudahan konektivitas melalui inovasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan. Variabel digital marketing melalui inovasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan. Variabel daya tarik melalui inovasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan. Dengan demikian inovasi mampu mendorong atau meningkatkan kinerja perusahaan pada Bandara Internasional Syamsudin Noor Banjarmasin. Hasil penelitian juga menunjukkan Rencana Strategi Peningkatan kinerja bandara dengan mengacu pada strategi-strategi dari hasil analisis yang telah dilakukan dan dipilih strategi yang tepat untuk selanjutnya dapat disusun menjadi rencana dan program kerja. Tidak hanya sampai dengan program kerja selanjutnya akan disusun pula Indikator Kinerja Utama (KPI) yang terkait dengan sasaran strategis yang dituju.

Kata Kunci: Keunggulan Komparatif, Kemudahan Konektivitas, Daya Tarik Bandara, Digital Marketing, Inovasi, dan Kinerja Perusahaan

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Transportasi udara berperan penting dalam memfasilitasi pertumbuhan ekonomi dan sosial seperti pariwisata, perdagangan, bisnis, bentuk kota dan pola pemukiman. *International Civil Aviation Organization (ICAO)* menyarankan bahwa bandara dan komunitas penerbangan memahami bahwa konektivitas yang aman, cepat, andal, dan ramah lingkungan sangat penting untuk mewujudkan kegiatan sosial tanpa batas yang dapat diimplementasikan secara efektif, (ICAO, 2018).

Sejak tahun 2000 setelah adanya deregulasi penerbangan, menyebabkan munculnya banyak maskapai penerbangan yang baru di Indonesia. Hal ini tidak terlepas dari Indonesia yang merupakan negara kepulauan dengan sekitar 17.000 pulau yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Deregulasi maskapai ini berkontribusi pada kompetisi yang lebih tinggi dan memberikan lebih banyak akses bagi pasar untuk bepergian melalui udara. Sektor penerbangan menawarkan peluang investasi yang sangat besar mengingat kondisi geografis negara yang unik dengan kelas menengah yang meningkat dan potensi yang besar untuk industri pariwisata (GBG Indonesia, 2018).

Bandara merupakan fasilitas terpenting dalam jasa pelayanan transportasi udara karena fungsinya yang diperuntukan sebagai tempat berangkat dan mendaratnya pesawat, naik turunnya penumpang, barang (kargo) dan pos serta tidak terbatas itu saja, bandara kini telah berkembang menjadi simpul penting dalam mendorong laju pertumbuhan ekonomi dan pembangunan di wilayah sekitar. Aturan penyelenggaraan bandara di Indonesia diatur dalam UU No. 9 Tahun 2009 tentang Penerbangan, khususnya diatur dalam Pasal 1 ayat (43) yang menyebutkan “Bandar Usaha Bandar Udara adalah Badan Usaha Milik Negara, Badan Usaha Milik Daerah, atau badan hukum Indonesia berbentuk perseroan terbatas atau koperasi yang kegiatan utamanya mengoperasikan bandara untuk pelayanan umum.”

PT Angkasa Pura I (Persero) sebagai pengelola 15 bandara di wilayah Indonesia bagian tengah hingga timur tidak hanya merupakan sebuah korporasi negara melainkan juga berperan sebagai infrastruktur negara yang menyediakan infrastruktur transportasi udara sebagai pengembangan konektivitas wilayah. Visinya adalah “*Connecting The World Beyond Airport Operator with Indonesian Experience*” atau menjadi penghubung dunia yang lebih dari sekedar operator bandara dengan keunggulan layanan yang menampilkan keramahtamahan khas Indonesia. Untuk mencapai visi itu perusahaan perlu memiliki daya saing yang tinggi di setiap bandara yang dikelolanya sebagai pembeda dari bandara-bandara lainnya.

Bandara Syamsudin Noor adalah salah satu bandara yang dikelola oleh PT Angkasa Pura I (Persero) dan merupakan salah satu bandara potensial karena merupakan gerbang utama ke pulau Kalimantan khususnya provinsi Kalimantan Selatan. Berdasarkan KM 11 Tahun 2010 tentang Tata Nelayan Kebandarudaraan Nasional, Bandara Syamsudin Noor dikategorikan sebagai bandara pengumpul dengan skala pelayanan sekunder yang melayani penumpang dengan jumlah yang lebih besar atau sama dengan 1.000.000 (satu juta) dan lebih kecil dari 5.000.000 (lima juta) orang per tahun. Seiring dengan perkembangan potensi wilayah Kalimantan Selatan yang cukup pesat terutama sebagai penghasil batu bara dalam perkembangannya telah menunjukkan pertumbuhan terhadap jumlah trafik (pesawat, penumpang, dan kargo).

Kinerja sebuah bandara tidak terlepas dari peran *stakeholder* mulai dari perusahaan maskapai, *groundhandling* atau petugas darat, hingga pemerintah sebagai pembuat kebijakan, yang mana saling berhubungan satu sama lain dalam setiap operasional bandara, utamanya adalah kondisi wilayah yang masih diminati oleh penumpang sehingga menciptakan minat bepergian ke Kalimantan Selatan. Kondisi di sekitar tersebut telah menciptakan pembeda yang unik atau biasa disebut keunggulan komparatif, yakni merupakan

prinsip umum yang menerangkan keadaan dimana keuntungan yang timbul oleh karena “*Endownments*” yang berbeda yang meliputi sumber daya alamiah, modal, penduduk, dan sebagainya (Winardi, 1992). Tarigan, 2005 juga meyakini bahwa faktor yang mempengaruhi keunggulan komparatif suatu wilayah dapat berupa kondisi alam, yaitu sesuatu yang sudah *given* tetapi dapat juga karena usaha-usaha manusia.

Faktor yang mempengaruhi keputusan pengunjung untuk opsi tertentu melampaui harga dan kualitas layanan udara dari bandara ke bandara adalah konektivitas bandara. Keputusan terhadap layanan udara tertentu dan bandara tertentu sampai batas tertentu tergantung pada konektivitas bandara (Górecka, 2016). Mengingat banyaknya hal dalam industri transportasi udara komersial, dari maskapai, bandara, pelanggan dan pasar lokal mereka, akses bandara dan konektivitas dapat (dan harus) berkembang dari waktu ke waktu dan di seluruh geografi (Grubestic et al., 2009).

Manajemen PT Angkasa Pura I (Persero) memiliki media “*Innovation Award*” untuk mengakomodir usulan inovasi dari kantor cabang namun belum optimal implementasinya. Untuk kantor cabang Bandara Syamsudin Noor sendiri tidak ada program khusus yang mendorong serta mengakomodir inovasi yang berasal dari para pegawai.

Keadaan ini perlu dievaluasi untuk mencari kendala sekaligus peluang yang dapat dikembangkan oleh perusahaan sehingga perlu analisa sebagai upaya antisipasi dengan kerangka berpikir strategis dan terdokumentasi. Agar kualitas dan kuantitas dapat dianalisa secara pasti di tahun-tahun mendatang maka perlu dibuat suatu Rencana Strategis Bandara Internasional Syamsudin Noor Banjarmasin secara tepat.

Perencanaan strategis merupakan kunci dari keberhasilan kinerja perusahaan. Kemampuan perusahaan untuk menciptakan peluang baru dan berbeda dengan mengoptimalkan perencanaan bisnis yang matang merupakan jaminan keberhasilan dalam peta persaingan bisnis dan juga keberhasilan jangka panjang perusahaan kedepan. Dengan perencanaan strategis perusahaan yang baik akan dapat memberikan arah bagi tujuan perusahaan, menentukan target yang ingin diraih, serta mengantisipasi berbagai kemungkinan buruk yang dapat terjadi di kemudian hari.

### Identifikasi Masalah

- 1) Konektivitas antar moda transportasi masih menjadi kendala dalam pengembangan potensi wisata budaya di Kalimantan Selatan. Akses jalan yang ada belum terjamin keamanannya karena tidak dilengkapi dengan penerangan jalan dan beberapa luasannya masih berbentuk tanah. Selain itu jarak bandara ke destinasi wisata cenderung jauh serta belum didukung dengan pilihan transportasi yang beragam.
- 2) Belum banyak aktivasi atau program di Bandara Syamsudin Noor untuk menghadirkan “*Indonesian Experience*” sebagaimana visi perusahaan sehingga pengguna jasa kurang memiliki sumber untuk membagikan pengalaman menariknya di bandara.
- 3) Bandara Syamsudin Noor belum mengoptimalkan strategi *Digital Marketing* yang efektif, belum mengoptimalkan *Search Engine Marketing* untuk media-media digital yang dimiliki dan belum menerapkan *Customer Relationship Management* untuk penumpang maupun tenant atau mitra usaha.
- 4) Kurangnya implementasi inovasi di Bandara Syamsudin Noor karena manajemen kurang mendukung iklim yang kompetitif di lingkungan kerja. Terdapat media “*Innovation Award*” dari kantor pusat namun belum dioptimalkan implementasi hasilnya. Untuk kantor cabang tidak ada program khusus yang mendorong serta mengakomodir inovasi yang berasal dari para pegawai.
- 5) Pencapaian kinerja Bandara Internasional Syamsudin Noor yang masih belum sesuai dengan apa yang diharapkan.

### Tujuan Penelitian

- 1) Menganalisa bagaimana pengaruh keunggulan komparatif terhadap kinerja Bandara Internasional Syamsudin Noor?
- 2) Menganalisa bagaimana pengaruh kemudahan konektivitas terhadap kinerja Bandara Internasional Syamsudin Noor?
- 3) Menganalisa bagaimana pengaruh *digital marketing* terhadap kinerja Bandara Internasional Syamsudin Noor?
- 4) Menganalisa bagaimana pengaruh keunggulan komparatif terhadap kinerja Bandara Internasional Syamsudin Noor melalui daya tarik perusahaan?
- 5) Menganalisa bagaimana pengaruh kemudahan konektivitas terhadap kinerja Bandara Internasional Syamsudin Noor melalui daya tarik perusahaan?

- 6) Menganalisa bagaimana pengaruh *digital marketing* terhadap kinerja Bandara Internasional Syamsudin Noor melalui daya tarik perusahaan?
- 7) Menganalisa bagaimana pengaruh inovasi dan keunggulan komparatif terhadap kinerja Bandara Internasional Syamsudin Noor?
- 8) Menganalisa bagaimana pengaruh inovasi dan kemudahan konektivitas terhadap kinerja Bandara Internasional Syamsudin Noor?
- 9) Menganalisa bagaimana pengaruh inovasi dan digital marketing terhadap kinerja Bandara Internasional Syamsudin Noor?
- 10) Menganalisa bagaimana pengaruh inovasi dan daya tarik perusahaan terhadap kinerja Bandara Internasional Syamsudin Noor?
- 11) Menganalisa bagaimana pengaruh daya tarik perusahaan terhadap kinerja Bandara Internasional Syamsudin Noor?
- 12) Menganalisa bagaimana perencanaan strategis yang akan dilakukan dalam rangka meningkatkan kinerja Bandara Internasional Syamsudin Noor dengan menggunakan analisis SWOT?

## KAJIAN PUSTAKA

### Kinerja Perusahaan

Kinerja perusahaan adalah capaian suatu perusahaan yang menggambarkan tingkat pelayanan perusahaan dengan tolak ukur berdasarkan sasaran, standar atau kriteria tertentu pada periode tertentu. Dalam kaitannya dengan bandara, kinerja merupakan penilaian yang dilakukan secara sistematis oleh suatu bandara untuk mengetahui hasil usaha kerja dalam bidang pelayanan berupa fasilitas bandara baik dari sisi darat maupun sisi udara seperti apron, taxiway dan runway untuk mobilisasi pesawat. Selain itu juga berupa keamanan dan kenyamanan bagi pengguna jasa pesawat guna mendukung kinerja transportasi darat.

Dalam penelitian ini, penulis akan meneliti kinerja Bandara Syamsudin Noor dengan menggunakan 3 dimensi kinerja perusahaan (bandara) menurut *Airport Council International* atau lembaga kebandarudaraan dunia (*Guide to Airport Performance Measures*, 2012) yang juga dikembangkan oleh Fitriady Pahala Kusno (2015) melalui penelitiannya yang berjudul *Analisa Kinerja Bandar Udara Kota (Studi Kasus Bandar Udara Halim Perdana Kusuma, Jakarta)*, diantaranya sebagai berikut :

- 1) Produktifitas (Trafik Bandara)
- 2) Kinerja Keuangan (Komersial)
- 3) Kinerja Kualitas Pelayanan

### Daya Tarik Perusahaan

Daya tarik perusahaan merupakan nilai yang dimiliki oleh suatu perusahaan yang biasanya menggambarkan prinsip-prinsip perwujudan kualitas produk atau jasa yang sangat baik, harga yang sangat kompetitif, pelayanan yang memuaskan sehingga mampu mendorong orang untuk melakukan pemakaian produk atau jasa perusahaan tersebut.

Dalam penelitian ini, penulis akan meneliti Daya Tarik Bandara Syamsudin Noor dengan menggunakan dimensi daya tarik perusahaan *service* yang dikembangkan oleh Powell dalam Luky Susilowati, 2010 dan disesuaikan dengan bidang layanan bandara diantaranya :

- 1) Kualitas Pelayanan
- 2) Citra Perusahaan
- 3) Keunikan Pelayanan

### Keunggulan Komparatif

Keunggulan komparatif adalah setiap negara atau wilayah dapat memiliki *comparative advantage* terhadap negara atau wilayah lainnya melalui kepemilikan sumber daya alam hingga kekhasan produk atau jasa. Namun demikian sesuai perkembangan zaman, kemajuan teknologi telah memungkinkan untuk tetap dapat mencapai *comparative advantage* dengan memproduksi barang yang sama atau tidak perlu spesialisasi produksi.

Dalam penelitian ini, penulis akan meneliti keunggulan komparatif Bandara Syamsudin Noor dengan menggunakan tiga dimensi keunggulan komparatif yang dikembangkan oleh Przemyslaw Kowalski (2011) terutama yang terkait dengan *Endowment* (kepemilikan sumber daya yang bersifat *given*) diantaranya :

- 1) *Geographical Differences* (Perbedaan geografis)
- 2) *Kearifan Lokal*

### **Kemudahan Konektivitas / Aksesibilitas**

Kemudahan konektivitas adalah suatu kondisi dimana kenyamanan atau kemudahan menuju lokasi dapat dicapai melalui transportasi dengan memperhatikan masalah waktu serta daya tarik rute perjalanan. Strategi konektivitas antarmoda harus memperhatikan jaringan pelayanan transportasi antarmoda, jaringan prasarana, serta pelayanan yang dihasilkan oleh penyedia jasa transportasi untuk memenuhi kebutuhan pengguna jasa transportasi. Dalam penelitian ini, penulis akan meneliti kemudahan konektivitas Bandara Syamsudin Noor dengan menggunakan tiga dimensi yang dikembangkan dalam *Intermodal Transport Interchange for London* (2001) diantaranya :

- 1) Prasarana
- 2) Sistem Informasi
- 3) Kerjasama antarmoda.

### **Digital Marketing**

Digital marketing adalah kegiatan promosi dan pencairan pasar melalui media digital secara online dengan memanfaatkan berbagai sarana misalnya jejaring sosial. Ia tidak dimaksudkan untuk menggantikan pemasaran tradisional. Sebaliknya keduanya harus hidup berdampingan dengan peran yang saling bertukar di sepanjang jalur pelanggan. Dalam penelitian ini, penulis akan meneliti penerapan *Digital Marketing* di Bandara Syamsudin Noor dengan menggunakan tiga dimensi dari Ryan (2009 : 31) diantaranya :

- 1) *Search Engine Marketing*
- 2) Jejaring Sosial / Media Sosial
- 3) *Online Public Relations*

### **Inovasi**

Inovasi adalah kreatifitas atau penciptaan produk atau jasa, ide maupun proses yang baru sebagai mekanisme perusahaan untuk beradaptasi dalam lingkungan yang dinamis khususnya di era perkembangan teknologi yang semakin maju, sehingga perusahaan mampu bersaing, utamanya dalam peningkatan kepuasan pelanggan. Berdasarkan literatur di atas, peneliti akan menguji inovasi yang dilakukan oleh Bandara Syamsudin Noor dengan menggunakan tiga dimensi dari Muluk (2008 : 4) diantaranya:

- 1) Kemampuan perusahaan untuk berinovasi
- 2) Produk inovasi
- 3) Manajemen inovasi

### **Perencanaan Strategik**

Menurut Fred R. David (2010: 18) strategi adalah sarana bersama dengan tujuan jangka panjang yang hendak dicapai. Merupakan aksi potensial yang membutuhkan keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan dalam jumlah besar. Strategi mempengaruhi perkembangan jangka panjang perusahaan dan berorientasi pada masa yang akan datang. Sofjan Assauri (2011: 3) menyatakan bahwa strategi merupakan suatu pernyataan yang mengarahkan bagaimana masing-masing individu dapat bekerja sama dalam suatu organisasi, dalam upaya pencapaian tujuan dan sasaran organisasi tersebut.

### **Analisis SWOT**

Menurut Freddy Rangkuti Analisis swot adalah indifikasi berbagai factor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (strengths) dan peluang (opportunities), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (weaknesses) dan ancaman (threats). Analisis SWOT menurut Sondang P. Siagian merupakan salah satu instrument analisis yang ampuh apabila digunakan dengan tepat. telah diketahui pula secara luas bahwa "SWOT merupakan akronim untuk kata-kata strengths (kekuatan) , weaknesses (kelemahan), opportunities (peluang) dan threats (ancaman).

Alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan adalah Matrik SWOT. Matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Matrik ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternative strategis.

<b>IFAS</b>  <b>EFAS</b>	<b>STRENGTH (S)</b> Tentukan 5-10 Faktor Kekuatan Internal	<b>WEAKNESS (W)</b> Tentukan 5-10 Faktor Kelemahan Internal
<b>OPPORTUNITIES (O)</b>  Tentukan 5-10 Faktor Peluang Eksternal	<b>STRATEGI SO</b>  Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	<b>STRATEGI WO</b>  Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
<b>THREAT (T)</b>  Tentukan 5-10 Faktor Ancaman Eksternal	<b>STRATEGI ST</b>  Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	<b>STRATEGI WT</b>  Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Gambar 1 Analisis Matriks TOWS

**Indikator Kinerja Utama (KPI)**

Key performance indicator(KPI) atau indikator kinerja utama adalah serangkaian indikator kunci yang bersifat terukur dan memberikan informasi sejauh mana sasaran strategi yang dibebankan kepada suatu organisasi sudah tercapai. Unsur –undur yang terdapat didalam KPI terdiri atas tujuan strategis, indikator kunci yang relevan dengan sasaran strategis tersebut, sasaran yang menjadi tolak ukur, dan kerangka waktu atau periode, dan kerangka waktu atau periode berlakunya KPI tersebut.

**METODOLOGI PENELITIAN**

Dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Masyhuri (2008 : 34) menjelaskan bahwa penelitian yang bersifat deskriptif merupakan penelitian yang memberi gambaran secermat mungkin mengenai suatu individu, keadaan, gejala, atau kelompok tertentu. Tujuan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif ini adalah untuk menjelaskan suatu situasi yang hendak diteliti dengan dukungan studi kepustakaan sehingga lebih memperkuat analisa peneliti dalam membuat suatu kesimpulan, dimana hasil penelitian diperoleh dari hasil perhitungan indikator-indikator variable penelitian kemudian dipaparkan secara tertulis oleh penulis.

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah penumpang pesawat udara di bandara baru Bandara Internasional Syamsudin Noor yang mulai beroperasi pada Desember 2019 dimana jumlah tidak diketahui. Dalam penelitian ini, pengambilan sampel yang dilakukan adalah menggunakan metode *non probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel, kemudian dengan jumlah sampel sebanyak 255 responden. Penelitian ini menggunakan instrumen berupa kuesioner dengan skala likert.

Uji intrumen dalam penelitian ini menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode analisis statistik deskriptif, yaitu untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau memberikan gambaran terhadap obyek yang diteliti mulai data sampel atau populasi sebagaimana adanya tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi (Sugiyono,2010), dan metode statistik Inference, adalah teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi (Sugiyono,2009). Sedangkan metode statistik yang digunakan adalah *Structural Equation Modelling* (SEM), SEM atau *Structural Equation Model* merupakan pengembangan lebih lanjut dari analisa regresi ganda. Menurut Supriyadi (2014), *Structural Equation Model* merupakan suatu teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis hubungan antara

varabel laten dengan variabel teramati sebagai indikatornya, hubungan antar variabel laten, serta kesalahan pengukuran. *Software* yang digunakan dalam mengolah data adalah *Warp Partial least square (PLS)*.

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas (*Eksogeneous Variable*) adalah keunggulan komparatif, kemudahan konektivitas, dan digital marketing. Variabel bebas (*Endogen Variable*) adalah Kinerja Perusahaan. Kemudian variable interveningnya adalah Daya Tarik Perusahaan.

**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

**Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)**

**a. *Convergent Validity (Validitas Konvergen)***

*Convergent validity* adalah dengan melihat nilai AVE (*Average Variance Extracted*), kriteria yang harus dipenuhi yaitu  $AVE > 0,50$ , sebagai berikut:

**Tabel 1 Hasil Output Latent Variable Coefficients**

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)	Cut Off	Keterangan
Daya Tarik	0.659	0.500	Valid
Digital Marketing	0.687	0.500	Valid
Inovasi	0.725	0.500	Valid
Kemudahan Konektivitas	0.711	0.500	Valid
Keunggulan Komparatif	0.632	0.500	Valid
Kinerja Perusahaan	0.605	0.500	Valid
Moderating Effect 1	1.000	0.500	Valid
Moderating Effect 2	1.000	0.500	Valid
Moderating Effect 3	1.000	0.500	Valid
Moderating Effect 4	1.000	0.500	Valid

Sumber : Data primer (diolah penulis)

**c. *Composite Reliability***

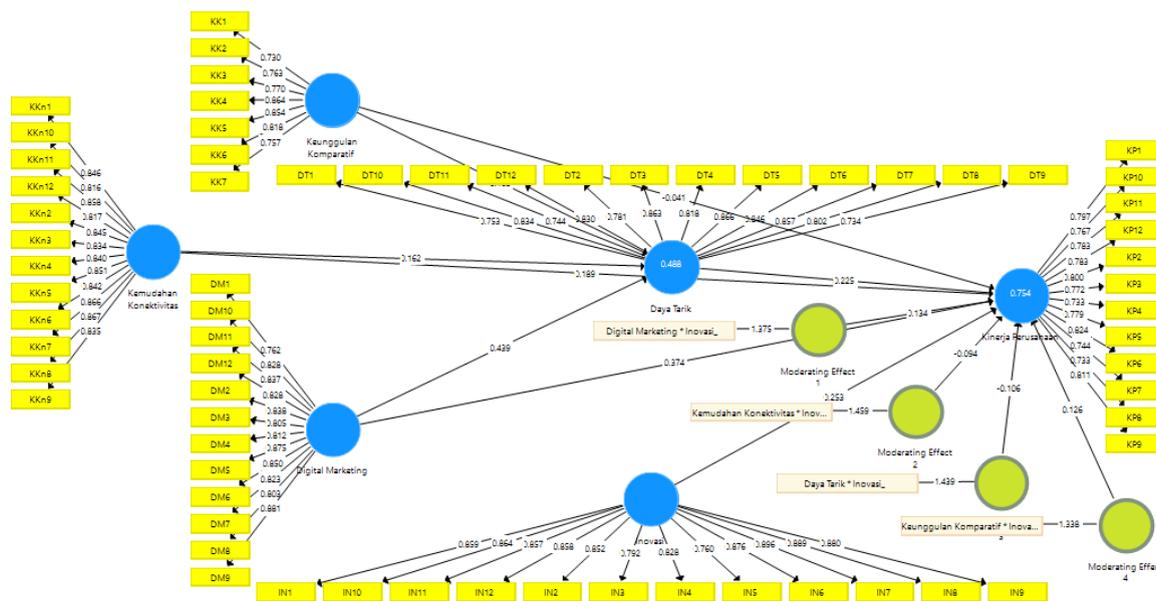
**Tabel 2 Hasil output Latent Variable Coefficients**

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Daya Tarik	0.953	0.959
Digital Marketing	0.958	0.963
Inovasi_	0.965	0.969
Kemudahan Konektivitas	0.963	0.967
Keunggulan Komparatif	0.902	0.923
Kinerja Perusahaan	0.940	0.948
Moderating Effect 1	1.000	1.000
Moderating Effect 2	1.000	1.000
Moderating Effect 3	1.000	1.000
Moderating Effect 4	1.000	1.000

Sumber : Data primer (diolah penulis)

**Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)**

Berikut gambar 2 merupakan hasil analisis model SEM dalam bentuk Path Diagram. Dapat dilihat bahwa koefisien determinasi BI dan UB berturut-turut adalah 0,57 (Moderat) dan 0,70 (Kuat).



Gambar 2 Hasil Analisis Model SEM Lengkap

**b. Uji Hipotesis**

Berdasarkan pengujian analisis jalur dengan menggunakan *software warp PLS 7.0* untuk masing-masing variabel dengan hasil hipotesis sebagai berikut :

**Tabel 3 Path Coefficient and P Values**

Hipotesa	Hubungan	Original Sample (O)	T Statistics (O/STDEV)	P Values	Keterangan
H1	Keunggulan Komparatif -> Daya Tarik	0.168	2.306	0.022	Signifikan
H2	Kemudahan Konektivitas -> Daya Tarik	0.162	2.595	0.010	Signifikan
H3	Digital Marketing -> Daya Tarik	0.439	6.459	0.000	Signifikan
H4	Keunggulan Komparatif -> Kinerja Perusahaan	-0.041	0.773	0.440	Tidak signifikan
H5	Kemudahan Konektivitas -> Kinerja Perusahaan	0.189	3.195	0.001	Signifikan
H6	Digital Marketing -> Kinerja Perusahaan	0.374	5.532	0.000	Signifikan
H7	Daya Tarik -> Kinerja Perusahaan	0.225	3.990	0.000	Signifikan
H8	Moderating Effect 1 (DM) -> Kinerja Perusahaan	0.134	2.611	0.009	Signifikan
H9	Moderating Effect 2 (KKn) -> Kinerja Perusahaan	-0.094	2.149	0.032	Signifikan
H10	Moderating Effect 3 (DT) -> Kinerja Perusahaan	-0.106	2.106	0.036	Signifikan
H11	Moderating Effect 4 (KK) -> Kinerja Perusahaan	0.126	2.446	0.015	Signifikan

Sumber : Data primer (diolah penulis)

## Pembahasan

### 1) Pengaruh Keunggulan komparatif terhadap daya tarik Bandara Internasional Syamsudin Noor

Hasil pengujian hipotesis antara variabel keunggulan komparatif dan daya tarik bandara dapat dilihat bahwa koefisien parameter bernilai positif yang berarti bahwa nilai keunggulan komparatif memberikan pengaruh positif terhadap daya tarik bandara dan signifikan dibuktikan dengan nilai *t-statistics* lebih besar dari *t-tabel*. Hal ini membuktikan hipotesis pertama (H1). Dengan demikian, semakin tinggi nilai keunggulan komparatif, maka akan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan daya tarik perusahaan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Anggita Permata Yakup (2019) yang membuktikan bahwa keunggulan komparatif, dalam hal ini terkait sektor pariwisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya tarik bahkan pertumbuhan bidang-bidang lainnya, salah satunya adalah sektor kebandarudaraan sebagai gerbang masuk wilayah.

Soetrisno (2010) menyatakan bahwa keunggulan komparatif erat kaitannya dengan daya saing. Ia menegaskan peran penting teknologi dalam perkembangan keunggulan komparatif dengan menyatakan bahwa setiap negara atau wilayah dapat memiliki *comparative advantage* terhadap negara atau wilayah lainnya.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif dapat dilihat bahwa indikator KK7 dengan pernyataan “Festival budaya Kalimantan Selatan menjadi daya tarik wisata yang potensial untuk dikembangkan” mendapat nilai rata-rata tertimbang tertinggi. PT Angkasa Pura I (Persero) Bandara Internasional Syamsudin Noor Banjarmasin sebagai pengelola bandara dapat memfokuskan strategi manajemen pada perannya dalam peningkatan aktivasi yang menonjolkan keunggulan komparatif khususnya Kalimantan Selatan, membawanya semakin dekat ke pengguna jasa sehingga mereka dapat merasakan langsung *ambiance* keunggulan daerah bahkan sesaat setelah mendarat. Selain itu juga perlu meningkatkan pemanfaatan teknologi untuk menginformasikan keunggulan komparatif Provinsi Kalimantan Selatan dan sekitarnya secara intensif kepada pengguna jasa sehingga mendorong peningkatan daya tarik.

### 2) Pengaruh Kemudahan konektivitas terhadap daya tarik Bandara Internasional Syamsudin Noor Banjarmasin

Hasil pengujian hipotesis antara variabel kemudahan konektivitas dan daya tarik bandara dapat dilihat bahwa koefisien parameter bernilai positif yang berarti bahwa nilai kemudahan konektivitas memberikan pengaruh positif terhadap daya tarik bandara dan signifikan dibuktikan dengan nilai *t-statistics* lebih besar dari *t-tabel*. Hal ini membuktikan hipotesis kedua (H2). Dengan demikian, semakin tinggi nilai kemudahan konektivitas, maka akan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan daya tarik perusahaan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Gunawan dan Rully Medianto (2016) yang menunjukkan adanya hubungan positif antara kemudahan konektivitas dengan arus dari dan ke bandara yang tinggi. Pengguna jasa merasa kemudahan konektivitas meningkatkan efektivitas dan efisiensi bepergian baik secara waktu maupun biaya.

Pengembangan pelayanan transportasi antarmoda atau multimoda yang mampu memberikan pelayanan yang berkesinambungan dan tepat waktu yang hanya dapat diwujudkan melalui keterpaduan antar trayek/lintas/ rute angkutan jalan, kereta api, sungai dan danau, penyeberangan, laut dan udara.. Berdasarkan hasil analisis deskriptif dijelaskan bahwa adalah indikator KK3 dengan pernyataan “Terdapat berbagai pilihan moda transportasi dari dan ke Bandara Syamsudin Noor” mendapat nilai mean yang terendah. Bandara Internasional Syamsudin Noor Banjarmasin perlu secara aktif melakukan pendekatan dengan pihak-pihak terkait untuk memastikan penyediaan sarana dan prasarana transportasi pendukung pelayanan dapat segera terealisasi. Jika ini dapat terwujud maka akan memberikan dampak positif terhadap produktifitas atau kinerja seluruh pihak yang terlibat

### 3) Pengaruh Digital Marketing terhadap daya tarik Bandara Internasional Syamsudin Noor Banjarmasin

Hasil pengujian hipotesis antara variabel digital marketing dan daya tarik perusahaan dapat dilihat bahwa koefisien parameter bernilai positif yang berarti bahwa nilai digital marketing memberikan pengaruh positif terhadap daya tarik Bandara Internasional Syamsudin Noor Banjarmasin dan signifikan dibuktikan dengan nilai *t-statistics* lebih besar dari *t-tabel*. Hal ini membuktikan hipotesis ketiga (H3). Dengan demikian, semakin tinggi nilai digital marketing, maka akan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan daya tarik perusahaan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Daniel Laksana dan Diah Dharmayanti (2018) yang menunjukkan

hubungan positif dan signifikan antara digital marketing dengan minat penggunaan jasa perusahaan (*Intellectual Capital* dan *Perceived Quality*). Variabel-variabel ini yang kemudian mampu mendorong kinerja perusahaan yang positif.

Digital marketing menjadi fasilitas pemasaran yang dapat menjangkau banyak lapisan masyarakat di manapun mereka berada tanpa ada batasan waktu maupun wilayah. Berdasarkan penjelasan sebelumnya, dapat dikatakan konsumen saat ini semakin mandiri dalam memilih dan memilah produk atau jasa serta membuat keputusan membeli berdasarkan hasil pencariannya melalui media sosial. Bandara Internasional Syamsudin Noor perlu untuk mengembangkan media-media digital yang dimiliki saat ini yang tidak hanya berfokus pada pengguna jasa yang ada melainkan pada peluang-peluang baru yang pada akhirnya mampu mendorong peningkatan pendapatan, termasuk memastikan SDM memiliki kompetensi dalam bidang yang terus berkembang pesat ini. Sesuai hasil statistik deskriptif indikator yang mendapat nilai rata-rata tertimbang yang paling rendah dengan nilai 3,753 adalah indikator DM8 dengan pernyataan “Saya banyak melihat konten media sosial Bandara Syamsudin Noor yang dibagikan oleh orang lain”. Oleh karena itu manajemen perlu menyusun strategi untuk meningkatkan sinergi dan kolaborasi untuk penyebaran informasi serta meningkatkan kreatifitas konten.

#### 4) Pengaruh Keunggulan komparatif terhadap kinerja perusahaan

Hasil pengujian hipotesis antara variabel keunggulan komparatif dan kinerja perusahaan menunjukkan *t-statistics* lebih kecil dari *t*-tabel. Nilai tersebut dikatakan tidak signifikan. Hasil penelitian menunjukkan semakin tinggi keunggulan komparatif yang dimiliki Provinsi Kalimantan Selatan, maka akan memberikan pengaruh yang positif terhadap peningkatan kinerja perusahaan tetapi pengaruhnya tidak signifikan. Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Agung Prasetyo, Sri Marwanti, dan Darsono (2017) yang menunjukkan bahwa keunggulan komparatif berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan.

Pada penelitian ini, hasil analisis deskriptif telah menjelaskan bahwa salah satu faktor yang menyebabkan keunggulan komparatif tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan yaitu karena faktor lokasi bandara. Bandara Internasional Syamsudin Noor dinilai tidak berada pada lokasi yang strategis karena tidak banyak dilalui oleh transportasi. Hal ini dibuktikan dengan penilaian terendah pada indikator tersebut. Namun demikian pengguna jasa setuju bahwa keunggulan komparatif khususnya terkait Festival budaya Kalimantan Selatan merupakan daya tarik wisata yang potensial untuk dikembangkan. Melalui penelitian ini manajemen Bandara Internasional Syamsudin Noor Banjarmasin perlu meningkatkan kemudahan akses sehingga mengurangi kendala mobilitas pengguna jasa.

#### 5) Pengaruh Kemudahan konektivitas terhadap kinerja perusahaan

Hasil pengujian hipotesis antara kemudahan konektivitas dan kinerja perusahaan dapat dilihat bahwa koefisien parameter bernilai positif yang berarti bahwa nilai digital marketing memberikan pengaruh positif terhadap kinerja perusahaan yakni Bandara Internasional Syamsudin Noor Banjarmasin dan signifikan dibuktikan dengan nilai *t-statistics* lebih besar dari *t*-tabel. Hal ini membuktikan hipotesis kelima (H5). Dengan demikian, semakin tinggi nilai kemudahan konektivitas, maka akan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan kinerja perusahaan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Gunawan dan Rully Medianto (2016) menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara konektivitas bandara alternatif yang tinggi ke kota tujuan menggunakan moda transportasi lain atau darat terhadap jaringan transportasi udara. Selain itu konektivitas yang tinggi juga berpengaruh terhadap kualitas mitigasi penutupan bandara. Konektivitas yang baik ditandai dengan prasarana jalan yang memadai dan juga ketersediaan angkutan kereta api yang menghubungkan kota-kota besar.

Aglomerasi dan fasilitas infrastruktur adalah faktor daya saing dan jika ini dapat terwujud maka akan memberikan dampak positif terhadap produktifitas atau kinerja seluruh pihak yang terlibat. Hasil deskriptif variabel menunjukkan bahwa indikator yang mendapat nilai rata-rata tertimbang yang paling rendah dengan nilai 3,576 adalah indikator KKn3 dengan pernyataan “Terdapat berbagai pilihan moda transportasi dari dan ke Bandara Syamsudin Noor.” Dalam hal ini manajemen Bandara Internasional Syamsudin Noor perlu memastikan bahwa sebelum pihak-pihak terkait merealisasikan ketersediaan moda transportasi maka hendaknya terdapat alternatif lain yang dapat dipilih pengguna jasa, disamping juga terus mendorong pihak terkait mempercepat program penyediaan antarmoda yang efektif dan efisien.

#### 6) Pengaruh *Digital Marketing* terhadap kinerja perusahaan

Hasil pengujian hipotesis antara digital marketing dan kinerja perusahaan dapat dilihat bahwa koefisien parameter bernilai positif yang berarti bahwa nilai digital marketing memberikan pengaruh positif terhadap kinerja perusahaan yakni Bandara Internasional Syamsudin Noor Banjarmasin dan signifikan dibuktikan dengan nilai *t-statistics* lebih besar dari *t*-tabel. Hal ini membuktikan hipotesis keenam (H6). Dengan demikian, semakin tinggi nilai digital marketing, maka akan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan kinerja perusahaan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Daniel Laksana dan Diah Dharmayanti (2018) yang menunjukkan bahwa Digital Marketing merupakan hal penting yang harus dimiliki oleh industri hotel bintang empat untuk terus berkembang dan bisa menghadapi persaingan. *Digital Marketing* berpengaruh positif terhadap *Intellectual Capital* dan *Perceived Quality* serta variabel-variabel tersebut yang berperan penting dalam menciptakan *Organizational Performance* atau kinerja organisasi.

#### 7) Pengaruh Daya tarik terhadap kinerja perusahaan

Hasil pengujian hipotesis antara daya tarik dan kinerja perusahaan dapat dilihat bahwa koefisien parameter bernilai positif yang berarti bahwa nilai daya tarik memberikan pengaruh positif terhadap kinerja perusahaan yakni Bandara Internasional Syamsudin Noor Banjarmasin dan signifikan dibuktikan dengan nilai *t-statistics* lebih besar dari *t*-tabel. Hal ini membuktikan hipotesis ketujuh (H7). Dengan demikian, semakin tinggi nilai daya tarik maka akan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan kinerja perusahaan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ari Hariyadi dan Bayu Aji Aritejo (2018) yang menunjukkan adanya pengaruh positif daya tarik terhadap kinerja perusahaan khususnya terkait loyalitas pelanggan. Berdasarkan hasil analisis deskriptif variabel, indikator yang mendapat nilai rata-rata tertimbang yang paling rendah dengan nilai 3,639 adalah indikator DT9 dengan pernyataan “Program – program di Bandara Syamsudin Noor jarang ditemui di bandara lain”. Oleh karena itu manajemen perlu meningkatkan aktivasi program atau event yang dapat meningkatkan nilai pelayanan bagi pengguna jasa bandara.

#### 8) Pengaruh Inovasi sebagai moderator (pendorong) antara hubungan digital marketing terhadap kinerja perusahaan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi mampu mendorong atau memperkuat pengaruh digital marketing terhadap kinerja perusahaan. Dengan demikian, inovasi dan digital marketing berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan karena nilai *t-statistics* lebih kecil dari *t*-value. Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Elsa Nadia Tari (2017) yang membuktikan bahwa inovasi mendorong hubungan antara digital marketing dengan kinerja perusahaan. Chen et. al (2015) mengungkapkan bahwa untuk dianggap sukses dalam inovasi pelayanan semua pihak yang terlibat harus efisien, karena hambatan di bidang proses tertentu dapat merusak keefektifan inovasi layanan.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif variabel inovasi pelayanan bahwa terdapat indikator yang mendapatkan nilai terendah dengan nilai *mean* sebesar 3,710 yakni indikator IN3 dengan pernyataan “Saya sering menemukan inovasi layanan baru yang menarik di Bandara Syamsudin Noor yang jarang ditemui di bandara lain.” Manajemen Bandara Internasional Syamsudin Noor dapat mempertimbangkan untuk mengaplikasikan inovasi layanan yang sesuai kebutuhan serta karakteristik pengguna jasa sehingga terdapat kekhasan tersendiri.

#### 9) Pengaruh Inovasi sebagai moderator (pendorong) antara hubungan kemudahan konektivitas terhadap kinerja perusahaan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi mampu mendorong atau memperkuat pengaruh kemudahan konektivitas terhadap kinerja perusahaan. Dengan demikian, inovasi dan kemudahan konektivitas berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan karena nilai *t-statistics* lebih kecil dari *t*-value. Hasil deskriptif variabel menunjukkan bahwa indikator yang mendapat nilai rata-rata tertimbang yang paling rendah dengan nilai 3,576 adalah indikator KKn3 dengan pernyataan “Terdapat berbagai pilihan moda transportasi dari dan ke Bandara Syamsudin Noor.” Dalam hal ini manajemen Bandara Internasional Syamsudin Noor perlu memastikan bahwa sebelum pihak-pihak terkait merealisasikan ketersediaan moda transportasi maka hendaknya terdapat alternatif lain sebagai bentuk inovasi yang dapat dipilih pengguna jasa, disamping juga terus mendorong pihak terkait mempercepat program penyediaan antarmoda yang efektif dan efisien.

#### 10) Pengaruh Inovasi sebagai moderator (pendorong) antara hubungan daya tarik perusahaan terhadap kinerja perusahaan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi mampu mendorong atau memperkuat pengaruh daya tarik terhadap kinerja perusahaan. Dengan demikian, inovasi dan daya tarik berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan karena nilai *t-statistics* lebih kecil dari *t-value*. Berdasarkan hasil analisis deskriptif variabel, indikator yang mendapat nilai rata-rata tertimbang yang paling rendah dengan nilai 3,639 adalah indikator DT9 dengan pernyataan “Program – program di Bandara Syamsudin Noor jarang ditemui di bandara lain”. Oleh karena itu manajemen perlu berinovasi meningkatkan aktivasi program atau event yang dapat meningkatkan nilai pelayanan bagi pengguna jasa bandara. Program-program yang menonjolkan keanekaragaman budaya daerah akan meningkatkan daya tarik bandara itu sendiri.

#### 11) Pengaruh Inovasi sebagai moderator (pendorong) antara hubungan keunggulan komparatif terhadap kinerja perusahaan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi mampu mendorong atau memperkuat pengaruh keunggulan komparatif terhadap kinerja perusahaan. Dengan demikian, inovasi dan keunggulan komparatif berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan karena nilai *t-statistics* lebih kecil dari *t-value*. Penelitian yang dilakukan oleh Elsa Nadia Tari tahun 2017 menunjukkan bahwa inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja lingkungan perusahaan. Kinerja lingkungan juga berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Selanjutnya, kinerja lingkungan terbukti memediasi pengaruh antara inovasi terhadap kinerja perusahaan dan terbukti positif.

Dalam penelitian ini, meski keunggulan komparatif tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan namun dengan dorongan inovasi ternyata mampu meningkatkan kinerja. Hal ini karena inovasi dianggap sebagai suatu perubahan yang luas dan mendasar yang dapat meningkatkan pelayanan dari berbagai bidang.

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### Kesimpulan

- 1) Keunggulan komparatif (Kalimantan Selatan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya tarik Bandara Internasional Syamsudin Noor Banjarmasin. Hal ini berarti semakin tinggi nilai keunggulan komparatif, maka akan semakin berdampak positif dan signifikan terhadap peningkatan daya tarik bandara.
- 2) Kemudahan konektivitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya tarik Bandara Internasional Syamsudin Noor Banjarmasin. Hal ini berarti semakin tinggi nilai kemudahan konektivitas, maka akan semakin berdampak positif dan signifikan terhadap peningkatan daya tarik bandara.
- 3) Digital marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya tarik Bandara Internasional Syamsudin Noor Banjarmasin. Hal ini berarti semakin tinggi nilai digital marketing, maka akan semakin berdampak positif dan signifikan terhadap peningkatan daya tarik bandara.
- 4) Keunggulan komparatif tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan pada Bandara Internasional Syamsudin Noor Banjarmasin. Hal ini berarti semakin tinggi nilai keunggulan komparatif, maka akan berdampak pada menurunnya nilai kinerja perusahaan.
- 5) Kemudahan konektivitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja perusahaan yakni Bandara Internasional Syamsudin Noor Banjarmasin. Hal ini berarti semakin tinggi nilai kemudahan konektivitas maka akan semakin berdampak positif dan signifikan terhadap peningkatan kinerja perusahaan.
- 6) Digital Marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja perusahaan yakni Bandara Internasional Syamsudin Noor Banjarmasin. Hal ini berarti semakin tinggi nilai digital marketing maka akan semakin berdampak positif dan signifikan terhadap peningkatan kinerja perusahaan.
- 7) Daya tarik bandara berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja perusahaan yakni Bandara Internasional Syamsudin Noor Banjarmasin. Hal ini berarti semakin tinggi nilai daya tarik bandara maka akan semakin berdampak positif dan signifikan terhadap peningkatan kinerja perusahaan.
- 8) Inovasi mampu mendorong atau memperkuat pengaruh nilai digital marketing terhadap kinerja perusahaan yakni Bandara Internasional Syamsudin Noor Banjarmasin.
- 9) Inovasi mengakibatkan penurunan pengaruh nilai kemudahan konektivitas terhadap kinerja perusahaan.
- 10) Inovasi mengakibatkan penurunan pengaruh nilai daya tarik terhadap kinerja perusahaan yakni Bandara Internasional Syamsudin Noor Banjarmasin.
- 11) Inovasi mampu mendorong atau memperkuat pengaruh nilai keunggulan komparatif terhadap kinerja perusahaan yakni Bandara Internasional Syamsudin Noor Banjarmasin.
- 12) Mengacu pada hasil analisis diskusi dengan pihak-pihak terkait, hasil analisis matriks grand strategi

positioning Bandara Internasional Syamsudin Noor berada di kuadran 1 dimana strategi yang tepat dilakukan adalah strategi agresif atas hal ini pula rencana program kerja yang merupakan turunan dari hasil analisis strategi juga sudah dapat dikatakan cukup tepat dan agresif. Dengan cara-cara program kerja agresif seperti melakukan penetrasian pasar diharapkan strategi ini dapat menunjang tercapainya target perusahaan di Bandara Internasional Syamsudin Noor. Dan dari hasil penelitian diketahui pula positioning Bandara Internasional Syamsudin Noor yang dianalisis menggunakan IE Matriks berada pada posisi sel wilayah V dimana strategi yang tepat juga sudah senada dengan hasil analisis matriks grand strategi diatas, dimana langkah penetrasi pasar dan pengembangan produk dirasa perlu dan tepat untuk dilakukan. Sedangkan dari hasil analisis penelitian menggunakan matriks TOWS pada strategi W/O (Weakness Vs Opportunity) menyebutkan perlunya strategi yang terkait hold & maintain atas sumber daya. Beberapa hal yang telah disebutkan diatas pun juga sudah dibuat turunannya dalam rencana program kerja yang akan dilakukan, diharapkan hal ini dapat terlaksana dengan baik dan dimonitoring pelaksanaannya hingga dapat tercapainya tujuan dan target Bandara Internasional Syamsudin Noor.

## **Saran**

### **Saran untuk pengembangan ilmu pengetahuan (Saran Akademis)**

- 1) Pada penelitian ini terdiri dari variabel independen yaitu keunggulan komparatif, kemudahan konektivitas, dan digital marketing, variabel mediasi yaitu daya tarik perusahaan, serta variabel moderator yaitu inovasi mampu menjelaskan bahwa variansi kinerja perusahaan sebesar 87,4%. Maka dari itu masih ada variabel lain yang dapat ditambahkan lagi oleh peneliti selanjutnya berdasarkan penelitian terdahulu seperti keunggulan bersaing, loyalitas pengguna jasa, dan *stakeholder relation*.
- 2) Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan kategori responden dari mitra kerja khususnya maskapai penerbangan karena merupakan pelanggan utama bandara dan berpengaruh terhadap strategi manajemen bandara. Adapun metode pengumpulan data juga sebaiknya ditambah dengan wawancara langsung maupun *Focus Group Discussion* kepada responden yang mewakili sampel penelitian agar dapat mendeskripsikan kondisi secara langsung.

## **Implikasi Manajemen**

### **1) Implikasi Bagi Manajemen Kantor Pusat PT Angkasa Pura I (Persero)**

- Seiring dengan terus meningkatkan indeks kepuasan pengguna jasa di Bandara Internasional Syamsudin Noor, manajemen pusat perlu mengidentifikasi peluang dan potensi untuk meningkatkan level keikutsertaan penilaian yang lebih tinggi seperti misalnya Airport Service Quality (ASQ) yang diselenggarakan oleh Airport Council International.
- Melaksanakan analisis biaya dalam rangka mengidentifikasi peluang untuk optimalisasi biaya khusus di bandara-bandara yang baru dikembangkan seperti Bandara Internasional Syamsudin Noor.
- Manajemen pusat perlu menyusun strategi quick wins khususnya untuk merealisasikan program-program transformasi digital.
- Manajemen perlu menerapkan pengelolaan Inovasi yang jelas mulai dari unit penanggung jawab, alur penyampaian, target, evaluasi, hingga prosedur eksekusi inovasi. Dukungan penuh perlu diberikan kepada seluruh pegawai yang secara aktif memberikan masukan atau ide-ide baru untuk berinovasi. Termasuk pemahaman bahwa tidak semua inovasi yang berdampak signifikan harus membutuhkan biaya yang besar. Oleh karenanya inovasi perlu menjadi budaya perusahaan.
- Meningkatkan keikutsertaan SDM khususnya di bandara-bandara yang baru dikembangkan seperti Bandara Internasional Syamsudin Noor pada pelatihan tentang bisnis kebandarudaraan atau komersial.

### **2) Implikasi Bagi Manajemen Kantor Cabang Bandara Syamsudin Noor**

- Bandara Internasional Syamsudin Noor sebaiknya lebih aktif mengkoordinasikan seluruh pemangku kepentingan dalam mengoptimalkan Catchment Area yang berkembang, dimana berdampak pada diperlukannya usaha-usaha peningkatan konektivitas dan aksesibilitas dari pusat-pusat industri, pertanian, perikanan, peternakan, dan pariwisata.

- Melakukan evaluasi atas output dari program-program kerjasama yang telah dilakukan dan selanjutnya menyusun pemetaan kembali untuk memastikan lebih banyak pihak terkait terlibat dalam program-program sinergi seperti pihak swasta (asosiasi perhotelan, agen travel dan lainnya)
- Bandara juga disarankan mencari alternatif lain untuk meningkatkan income melalui aktivitas ekonomi wilayah khususnya berkaitan dengan aktivitas penerbangan baik dalam segi pelayanan penumpang, kargo, maupun fasilitas penunjang bandara seiring dengan menurunnya potensi pertambangan di Kalsel.
- Manajemen perlu melakukan pemetaan kembali kebutuhan pemasaran digital yang sesuai dengan target perusahaan mengingat hal ini belum pernah dilakukan. Di sisi lain kompetensi SDM terkait bidang ini juga perlu ditingkatkan mengingat tren bidang ini yang berkembang sangat pesat.
- Memperbanyak pilihan tenant atau belanja sebagai salah satu penunjang yang diharapkan untuk terus dikembangkan karena merupakan daya tarik tersendiri bagi pengguna jasa.
- Bandara perlu melakukan survei secara berkala untuk memberikan gambaran yang proporsional dari pola perilaku penumpang dan kargo tahunan. Survei yang pernah dilaksanakan masih perlu ditindaklanjuti dengan survei dan analisis yang berkelanjutan agar dapat lebih bermanfaat bagi stakeholder untuk meningkatkan produktivitas kawasan dan tingkat utilisasi kapasitas bandara.
- Bandara Syamsudin Noor perlu untuk meningkatkan aktivasi program seperti *thematic event* yang membedakannya dengan bandara-bandara lain sehingga *ambiance* kedaerahan terasa sejak pengguna jasa mendarat.
- Dalam hal penyusunan rencana strategi bisnis Bandara Internasional Syamsudin Noor ini harus benar-benar disesuaikan dengan sumber daya yang dimiliki agar rencana strategi yang relevan terkait target dapat dicapai. SDM penganggung jawab juga harus diberikan pemahaman strategik atas sasaran strategis dan program kerja yang telah diputuskan

### 3) Implikasi Bagi Pemerintah Daerah

- Pemerintah daerah perlu melakukan percepatan penyediaan sarana dan prasarana penunjang yang memadai untuk mendukung konektivitas, aksesibilitas, dan mobilitas dari dan ke bandara sehingga juga dapat mendorong pertumbuhan kepariwisataan dan ekonomi daerah.
- Pemerintah daerah beserta perangkatnya selayaknya memberikan prioritas tinggi untuk pengembangan destinasi-destinasi pariwisata untuk meningkatkan daya tarik wilayah serta mendukung pencapaian target wisatawan. Dalam kaitannya dengan pengembangan pariwisata, kultur melayani dari masyarakat sangat penting untuk ditonjolkan untuk meningkatkan kenyamanan pengunjung, pemerintah juga perlu meningkatkan *soft skill* tersebut agar semakin mendukung keunggulan komparatif daerah.
- Berdasarkan saran atau masukan pengguna jasa dalam penelitian ini, keunggulan komparatif Kalimantan Selatan juga tidak terpaku pada wisata alam melainkan keberagaman budaya, termasuk pendidikan agama Islam yang ditandai dengan banyaknya pondok pesantren serta kegiatan keagamaan masal. Hal ini juga perlu mendapat perhatian lebih dalam hal promosi yang intensif sehingga meningkatkan ketertarikan pengunjung.
- Keberadaan Bandara Syamsudin Noor sebagai bandara internasional seharusnya dimanfaatkan oleh Pemerintah Daerah sebagai momentum untuk meningkatkan program-program berskala global sehingga mendorong daya tarik pengunjung internasional. Dalam hal ini maka peningkatan sinergi dan kolaborasi dengan pihak bandara mutlak diperlukan.

### 4) Implikasi Bagi Stakeholder (Mitra Kerja & Industri pariwisata : maskapai, resort, penyedia transportasi darat, hotel, dan restoran)

- Perlunya partisipasi aktif stakeholder seperti misalnya melalui penyelenggaraan forum tata kelola wisata untuk mendukung pertumbuhan Massive Tourism, termasuk hal-hal yang berkaitan dengan hal itu seperti pengelolaan sampah, pencemaran akibat tourism dan lainnya.

- Keberadaan bandara internasional perlu didukung oleh ketersediaan sumber daya seperti hotel, transportasi, keamanan, dan lain-lain yang memadai sehingga meningkatkan daya tarik dan daya saing.
- Stakeholder perlu memastikan standar pelayanan prima diimplementasikan dengan baik bagi industrinya mengingat potensi terjadinya “culture gap” dapat sering terjadi.
- Stakeholder juga sebaiknya turut serta secara aktif mempromosikan keunggulan wilayah termasuk bagaimana kemudahan untuk mencapai destinasi wisata.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adair, J. 1996. *Effective Innovation : How to Stay Ahead of the Competition*. Pan Books, London.
- Adedeji, Elijah Adeyinka. 2014. A tool for Measuring Organization Performance using Ratio Analysis. Society for science education United kingdom. *Research Journal of Finance and Accounting* ISSN 2222-1697 (Paper) ISSN 2222-2847 (Online) Vol.5, No.19, 2014
- Adhitya, Kurniawan Ferry, *Sistem Penilaian dan Perencanaan Kinerja Perusahaan Menggunakan Metode Balanced Scorecard*, Tesis, Jurusan Sistem Informasi, Sekolah Tinggi Manajemen Informatika & Teknik Komputer Surabaya, 2005
- Afifuddin, M. 2009, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Persero Angkasa Pura 1 Di Bandar Udara Ahmad Yani Semarang*, Tesis, Pasca Sarjana Universitas Terbuka, Jakarta
- Airport Council International. 2012. *Guide To Airport Performance Measures*, Montreal, Kanada.
- Alfisyah. 2007. “Tradisi Haul dan Kohesi Sosial”, SKH Banjarmasin Post, edisi 20 Juli 2007.
- Amstrong, G, Adam, S, Denize, S, & Kotler, P. 2015. *Principles of Marketing*. Melbourne : Pearson Australia Group Pty Ltd
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Asdam, A. S. (2013). *Studi Kinerja Check In Counter Terminal Bandar Udara Sultan Babullah Ternate Terhadap Tingkat Pelayanan Penumpang*. Makassar: Universitas Hasanuddin.
- Awaludin, Robin (2019). Pemetaan Inovasi Bandara Internasional Jawa Barat (BIJB) dengan Bisnis Model Canvas.
- Badan Standarisasi Nasional, (2004). SNI 03-7046-2004: *Pemberlakuan Standar Nasional Indonesia Mengenai Terminal Penumpang Banadar Udara sebagai Standar Wajib*, Badan Standarisasi Nasional, Jakarta.
- Bocarejo dan Oviedo. “Transport Accessibility and Social Inequities: a Tool for Identificaton of Mobility Needs and Evaluation of Transport Investments”. *Journal of Transport Geography* 24 (2012): 142-154
- Balitbangda Provinsi Kalimantan Selatan. 2018. *Kajian Ekonomi Kreatif dan Lokal dalam Menunjang Perekonomian pada Sektor Pariwisata*. Banjarbaru: Republik Indonesia
- Chandra dan Quadrifogolio. 2013. “A new Street Connectivity Indicator to Predict Performance for Transit Services”. *Transportation Research Part C: Emerging Technologies* 30(2013): 67-80.
- Chen, James K.C., Amrita Batchuluun, Javkhuu Batnasan, 2015. Services innovation impact to customer satisfaction and customer value enhancement in airport. *The Journal of Asia University, Taichung, Taiwan*
- Cheng dan Chen. “Perceive Accessibility, Mobility and Connectivity of Public Transportion System”. *Transportation Research Part A* (2015): 386-403.
- Darmawan, Rezky M. (2018). *Kertajati Airport Potential for West Java Tourism*.
- Depdikbud.(1979). *Adat istiadat daerah Kalimantan selatan*.
- Direktorat Jendral Perhubungan Udara, (2005). *Peraturan Perhubungan Udara Nomor: SKEP/77/VI/2005: Persyaratan Teknis Pengoprasian Fasilitas Teknik Bandar Udara*, Departemen Perhubungan Direktorat Jenderal, Jakarta.
- Edi Riadi, 2016, *Statistika Penelitian*. Yogyakarta : ANDI Yogyakarta.
- Effendi, M. S. (1995). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: PT. Pustaka LP3S.
- Ferdinand, 2006, *Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen*, FE UNDIP, Semarang
- Fred, David. 2009. *Strategic Management. 12<sup>th</sup> ed*. Salemba Empat : Jakarta.
- Gulyas dan Kovacs. “Assessment of Transport Connections Based on Accessibility”. *Transportation Research Procedia* 14 (2016): 1723-1732.
- Gunn, C. A. (1994). *Tourism Planning*. Washington: Taylor and Francis.

- Harmono. 2011. *Manajemen Keuangan: Berbasis Balanced Scorecard*. Bumi Aksara: Jakarta.
- Hartono dkk, (2017). *Akses dan Pelayanan Transportasi Menuju Destinasi Wisata Pantai Mandalika di Provinsi Nusa Tenggara Barat*.
- Halden, D., 2000, *Using accessibility measures to integrate land use and transport policy in Edinburgh and Lothians*, *Transport Policy*, Vol.9, pp 313-324.
- Hernawati, Kuswari., *Optimalisasi SEO (Search Engine Optimizer) sebagai upaya meningkatkan unsur Visibility dalam Webometric*, 2013, Seminar Nasional Matematika dan Pendidikan Matematika 2009. ISSN 978-979-16353-3-2.
- Husein Umar, 2003, *Evaluasi Kinerja Perusahaan*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Ideham, M. Suriansyah.dkk (2007). *Urang Banjar Dan Kebudayaannya*. Banjarmasin. Pustaka Banua.
- Ihromi, T.O. (2006). *Pokok-Pokok Antropologi Budaya*. Jakarta:Yayasan Obor Indonesia
- International Air Transport Association (IATA), 2004, *Airport Development Reference Manual*, 9th edition, Montreal, Geneva
- I ketut Oki Mariana, Harnen Sulistio, M Zainul Arifin. (2016). Kajian Tingkat Kepuasan penumpang Dan Kinerja Pelayanan Terminal Penumpang Domestik (T2) Di Bandar Udara Internasional Surabaya. *Jurnal Rekayasa Sipil* , 168-178.
- Jauch Lawrence R. & Glueck William F. (1989). *Manajemen Dan Strategis Kebijakan Perusahaan*. Jakarta: Erlangga.
- Jumingan. 2011. *Analisis Lapoan Keuangan*. Bumi Aksara: Jakarta.
- Kennedy, John E. & R. Dermawan Soemanagara, *Marketing Communication: Taktik & Strategi*, Bhuana Ilmu Komputer, Jakarta, 2006.
- Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata Republik Indonesia. (2011). *Kearifan Lokal di Tengah Modernisasi*, Jakarta :Kemendikbud
- Kotler, Philip dkk, 2017. *Marketing 4.0 Bergerak Dari Tradisional ke Digital*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kumorotomo. 1995. *Manajemen Kinerja Sektor Publik*. Yogyakarta, UPPAM.
- Litman T. *Evaluating Accessibility for Transportation Planning: Measuring People's Ability to Reach Desired Goods and Activities*. Victoria Transport Policy Institute, 2016.
- Lovelock, Christopher, 1994, *Product Plus, How Product And Service Competitive Advantage*, Mc Graw-Hill Inc, New York.
- Marina, Sandriana dkk, (2017). *Pemasaran Kereliasan dan Keunggulan Bersaing Unit Bisnis Cargo PT Garuda Indonesia*. Jakarta : Tidak diterbitkan.
- Mardoko, A. (2015). *Harapan dan Kepentingan Pengguna Jasa Angkutan Udara Terhadap Pelayanan di Bandar Udara H.AS Hanandjoeddin-Tanjung Pandan Belitung*. *Warta Ardhia Jurnal Perhubungan Udara* , 69-80
- Mahardika, Elok dkk, (2017). *Implementasi Komunikasi Pemasaran Digital Dalam Promosi Pariwisata (Studi Kasus Pada Kota Wisata Batu*.
- Moeheriono. (2010). *Pengukuran Kinerja Berbasis Kompetensi*. Ghalia Indonesia. Bogor
- Morlok, E. K. (1978). *Pengantar Teknik dan Perencanaan Transportasi*. Jakarta: Erlangga
- Morissan, *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Ramdina Prakarsa, Tangerang, 2007.
- Mulyantina, Pratiwi, (2019). *"The Influence of Online and Offline Strategic Marketing Communication to Purchase Intention of Singapore Airlines."*
- Nova Tri Cahyono, Joko Triyono, Suwanto Raharjo, 2013, Penerapan Teknik SEO (Search Engine Optimization) Pada Blog (Studi Kasus: Nova13.Com), *Jurnal Teknologi Technoscintia*, Vol. 6 No.1 Agustus 2013.
- Pekerti, Ganjar. (2013). *Pengukuran Kinerja Perusahaan Dengan Pendekatan Perspektif Balanced Scorecard (Studi Kasus Pada PT. Pos Indonesia (Persero) Bandung 40000)*. Universitas Kristen Maranatha. Bandung.
- Peraturan Presiden No 1 Tahun 2011 tentang Penetapan dan Alih Fungsi Lahan Berkelanjutan. Pemerintah Republik Indonesia. Jakarta, 2011.
- Peraturan Menteri Perhubungan No. 178, (2015). *Standar Pelayanan Pengguna Jasa Bandar Udara*.
- Porter, Michael E. (2009). *Competitive Advantage*. Free Press : New York.
- Prasetyo, Bambang & Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2008.

- Purnama, Herry M, (2017). *Kajian Optimalisasi Bandara Internasional Adi Sumarmo Solo Melalui Peningkatan Konektivitas antara Solo-Yogyakarta dengan Angkutan Kereta Apu Khusus Bandar Udara.*”
- Purba A. “Analisis Proyeksi Penumpang Bandara Perintis Serai Lampung Barat-Provinsi Lampung”. *Jurnal Rekayasa Vol 13 No.1*(2009): 12-24.
- Ratminto dan Winarsih, Atik Septi, 2010, *Manajemen Pelayanan (Pengembangan Model Konseptual, Penerapan Citizen,s Charter dan Standar Pelayanan Minimal)*, Pustaka Belajar, Yogyakarta.
- Rohman,Auliyaur. 2016. “Dampak Ekonomi Terhadap Pendapatan Pedagang Kios di Wisata Religi Makam Sunan Drajat Lamongan”. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*Vol.3 No. 2.
- Rojuaniah, *Manajemen Kinerja*, 2012, Universitas Esa Unggul, <http://www.esaunggul.ac.id>.
- Sari, Ratna dkk, (2018). *Upaya Meningkatkan Kinerha Bisnis Melalui Keunggulan Bersaing (Studi Pada PT Railink)*.
- Seman,S. (2003). *Perkawinan Adat Banjar Kalimantan Selatan*. Banjarmasin. Bina Budaya Banjar.
- Skelcher, Chris, 1992, *Managing for Service Quality*,Long Man Group, U.K.Lpd, London.
- Soekanto, Soerjono. (2012). *Hukum Adat Indonesia*. Jakarta. PT Rajagrafindo Persada.
- Straatemeier. “How to plan for regional accessibility”. *Transport Policy* 15 (2008): 127-137
- Subramanyam. 2010. *Analisis Laporan Keuangan*. Salemba Empat: Jakarta
- Sugesti, Hesti, (2017). *Analisis Pengukuran Kinerja Perusahaan Menggunakan Bsc Terhadap Keunggulan Bersaing PT Angkasa Pura II (Persero)*.
- Sugondo, Tumin, 2008, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pengguna Jasa Angkutan PT. Antar Lintas Sumatera (ALS) Medan*, Tesis, Sekolah Pasca Sarjana USU, Medan.
- Sugandhy, et al. (2007). *Prinsip Dasar Kebijakan Pembangunan Berkelanjutan Berwawasan Lingkungan*. Jakarta: Bumi Aksara
- Sulaksana, Uyung, *Integrated Marketing Communications Teks dan Kasus*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2005.
- Sulystianto, Bambang. 2004. Upacara Tiwah Masyarakat Dyak Ngaju di Pendahara. Dalam Berita Penelitian Arkeologi No. 13 Agustus 2004. Banjarbaru: Balai Arkeologi Banjarmasin
- Sunaryo, B. (2013). *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Konsep dan Aplikasinya Indonesia*. Yogyakarta: Gava Media.
- Srimindarti, C. 2006. *Balanced Scorecard Sebagai Alternatif untuk Mengukur Kinerja*, STIE Stikubank, Semarang.
- Umar. (2003). *Riset Pemasaran dan Prilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Wajidi dan M. Arief Anwar. 2015. *Kajian Model Permukiman Komunitas Banjar di Kota Banjarmasin*. Yogyakarta: Graha Cendekia.
- Wirawana. 2001. *Kriteria Menilai Kinerja Organisasi Pelayanan Publik*. Bandung, Joyo Wisesa.
- Wiryanta,Imam Haryanto.2013. *Studi Kasus Perencanaan Sistem dan Teknik Transportasi Udara di Indonesia*. Gajah Mada University Press
- Woodruff, Robert B. 1997. *Customer Value : The Next Source for Competitive Advantage*. Tennessee: Journal of the Academy of Marketing Science, Vol. 25, No. 2, 139 – 153.
- Yarlina, L. (2016). Evaluasi Kinerja Pelayanan Penumpang di Bandar Udara Sultan Thaha Jambi. *Jurnal Penerbangan Warta Ardia* , 79-100.
- Yongke Yoswara, Yani Widayani, 2012, *Pengembangan Content Management System (CMS) e-Marketing untuk UKM di Indonesia*, Jurnal Sarjana ITB Bidang Teknik
- Yuliana, Dina dkk, (2016). *judul “Strategi Pengembangan Bandara Soekarno Hatta Dalam Mendukung Destinasi Pariwisata Prioritas Tanjung Lesung-Pandeglang dan Sekitarnya”*