



Contents lists available at [Journal IICET](#)

JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)

ISSN: 2502-8103 (Print) ISSN: 2477-8524 (Electronic)

Journal homepage: <https://jurnal.iicet.org/index.php/jppi>



Pemasaran bandara: sistematik *literatur review* kajian bibliometrik berdasarkan database *google scholar* dan *crossref* tahun 2019-2022

Virida Dimas Ekaputra^{*)}, Vanessa Gaffar, Meta Arief
Universitas Pendidikan Indonesia, Indonesia

Article Info

Article history:

Received Mar 04th, 2023

Revised May 29th, 2023

Accepted Jun 04th, 2024

Keyword:

Pemasaran bandara,
Sistematik literatur review,
Analisis bibliometric,
Riset pemasaran

ABSTRACT

Penting bagi berbagai pihak yang tertarik dengan konsep pemasaran bandara untuk sepenuhnya mengembangkan keterampilan dan teknik riset pemasaran untuk memperoleh pengetahuan dan pemahaman yang dapat diandalkan dan menyeluruh tentang lingkungan pasar bandara yang unik. Ketergantungan multifaktorial dari konsep pemasaran bandara memungkinkan untuk membentuk cara-cara baru untuk meningkatkan tingkat indikator ini. Faktor endogen dan eksogen, pada gilirannya, menciptakan hubungan fungsional antara berbagai disiplin ilmu dalam lingkungan pemasaran bandara. Makalah ini menyajikan analisis bibliometrik dari konsep "Pemasaran Bandara" dengan menggunakan berbagai perangkat lunak untuk mengidentifikasi hubungan antara faktor-faktor pemasaran bandara, sumber, dan antesedennya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini meliputi pencarian kata kunci awal, analisis dan penyempurnaan data, dan pengelompokan. Pencarian dan perbandingan informasi yang diambil dari beberapa sumber memungkinkan dilakukannya analisis literatur yang komprehensif dan pemahaman tentang prinsip-prinsip peta bibliometrik publikasi. Dalam kerangka kerja penelitian ini, para peneliti membentuk dan menganalisis kelompok-kelompok konsep, prinsip-prinsip pengelompokannya, mengembangkan pendekatan ilmiah untuk menge-lompokkan istilah-istilah kunci dalam beberapa pangkalan data. Relevansi penelitian ini terletak pada dampaknya pada proses pembentukan kelompok konsep. Dengan bantuan pendekatan ilmiah yang diusulkan, dimungkinkan untuk menjelaskan ketergantungan dalam distribusi kluster definisi individu, hubungan mereka satu sama lain, tingkat kepemilikan faktor tertentu dari pemasaran bandara.



© 2024 The Authors. Published by IICET.

This is an open access article under the CC BY-NC-SA license
(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0>)

Corresponding Author:

Virida Dimas Ekaputra
Universitas Pendidikan Indonesia
Email: virida.dimas@upi.edu

Pendahuluan

Berlakunya pembatasan yang parah untuk perjalanan lintas batas hingga musim dingin telah sangat memperburuk prospek lalu lintas, seperti yang tercermin dalam perkiraan terbaru ACI EUROPE. Banyak maskapai penerbangan telah memangkas rencana kapasitas mereka untuk tahun ini dan tahun 2021. Bandara-bandara yang menghadapi kebangkrutan sebagian besar merupakan bandara regional yang melayani - dan merupakan bagian integral dari - komunitas lokal. Potensi dampaknya terhadap lapangan kerja dan ekonomi lokal sudah jelas. Dukungan keuangan dari Pemerintah akan sangat penting dalam mencegah meningkatnya ketidaksetaraan geografis dan rusaknya kohesi sosial. Pada saat yang sama, bandara dan pusat penghubung yang lebih besar di Eropa tidak kebal dari risiko keuangan yang kritis. (ACI Europe, 2020). Kegiatan pemasaran

bandara tidak dapat dianggap terpisah dari kegiatan lainnya pada kegiatan pengelolaan bandara (Melinda & Arsyad, 2019). Setiap bandara beroperasi dalam lingkungan pemasaran yang memainkan peran kunci dalam memengaruhi strategi pemasaran dan keputusan perencanaan bandara (Utama, 2017).

Hal Ini memberikan peluang dan tantangan bagi pengelola bandara dan akan senantiasa terus berubah seiring dinamika. Oleh karena itu, penting bagi berbagai pihak yang berkepentingan terhadap konsep pemasaran bandara untuk sepenuhnya mengembangkan keterampilan dan teknik riset pemasaran untuk memastikan diperolehnya pengetahuan dan pemahaman menyeluruh yang andal tentang lingkungan pemasaran unik bandara. Faktor endogen adalah faktor-faktor internal yang terkait langsung dengan bandara itu sendiri. Beberapa faktor endogen yang mempengaruhi konsep pemasaran bandara meliputi lokasi, fasilitas dan layanan, kebijakan operasional, dan citra merek. Sedangkan faktor eksogen adalah faktor-faktor eksternal yang berada di luar kendali langsung bandara, tetapi dapat mempengaruhi operasional dan pemasaran bandara. Beberapa faktor eksogen yang mempengaruhi konsep pemasaran bandara meliputi persaingan industri, perubahan regulasi, serta perkembangan ekonomi dan demografi.

Studi ini bertujuan menggunakan salah satu pendekatan dalam literature review untuk mempertimbangkan faktor eksogen dan endogen terkait konsep "pemasaran bandara". Studi ini menggunakan pendekatan metode kuantitatif dengan bibliometrik dalam menganalisis data bibliografi untuk menyelidiki referensi artikel ilmiah yang dikutip dalam sebuah jurnal, pemetaan bidang ilmiah sekumpulan jurnal, dan untuk mengelompokkan artikel ilmiah yang sesuai dengan konsep pemasaran bandara. Dalam proses analisis bibliometrik ini, sejumlah publikasi yang dapat diakses oleh penulis dipelajari. Studi-studi yang dipilih adalah studi yang menjelaskan berbagai konsep yang membentuk dan merefleksikan pemasaran bandara dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Dalam penelitian ini, penulis melakukan perbandingan data statistik pada jumlah publikasi, pengaruh dan hubungan antar konsep yang berkaitan dengan kata kunci penelitian yaitu "pemasaran bandara".

Alat dukung *software* berikut digunakan untuk melakukan analisis bibliometrik langsung dari istilah kunci "pemasaran bandara": - Harzing's Publish or Perish, VOSviewer, dan MS Excel. Harzing's Publish or Perish digunakan untuk menghasilkan data dari sumber seperti Google Scholar dan Crossref. VOSviewer digunakan untuk mendapatkan hasil grafis dan visual. MS Excel digunakan untuk memperbaiki data dan mengidentifikasi pola. Data dari database publikasi digunakan dalam analisis bibliometrik sumber literatur: Google Scholar, dan Crossref. Kedua database ini penting bagi para ilmuwan di seluruh dunia, dan merupakan indikator aktivitas penerbitan. Studi ini bertujuan untuk mengidentifikasi fitur pengelompokan istilah konsep kunci pemasaran bandara dan menarik kesimpulan umum.

Hasil penelitian Pasaribu (2015) menunjukkan bahwa *market positioning*, *brand image*, dan *social responsibility* memberikan pengaruh secara positif dan signifikan pada kinerja strategi bauran pemasaran biro perjalanan wisata. Jika diuji secara parsial, factor brand image memberikan pengaruh paling dominan dibandingkan 2 faktor lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara bibliometrik mengenai konser pemasaran bandara dengan menggunakan berbagai perangkat lunak untuk mengidentifikasi hubungan antara faktor-faktor pemasaran bandara, sumber, dan antesedennya.

Metode

Penelitian ini menggunakan data yang bersumber dari artikel yang telah dipublikasikan dan diindeks oleh Google Scholar dan Crossref. Penggunaan Google Scholar dan Crossref dikarenakan platform tersebut dapat diakses secara gratis. Proses pengumpulan data penelitian menggunakan software pengelola referensi yaitu *Publish or Perish*. *Publish or Perish* digunakan dalam melakukan literature review terhadap tema yang diteliti. Setiap data artikel yang digunakan harus diindeks oleh Google Scholar dan Crossref dengan format artikel jurnal, untuk kemudian hasil outputnya diinput dalam software VOSviewer. Semua data artikel yang diperoleh akan disaring dan hanya mencakup artikel yang berhubungan dengan pemasaran bandara. Peneliti mencari data di Publish or Perish menggunakan kata kunci "Airport Marketing", dengan menggunakan kriteria judul, abstrak dan kata kunci dalam rentang waktu 2019-2022. Hasilnya, diperoleh 3.130 judul dengan jumlah sitasi 6.307 dan dievaluasi berdasarkan topik yang dipilih. Artikel disimpan dalam format *.ris. Perangkat lunak VOSviewer digunakan untuk memvisualisasikan dan menganalisis tren dalam bentuk visualisasi peta bibliometrik.

Hasil dan Pembahasan

Pemasaran bandara menjadi fokus dari banyak studi di seluruh dunia. Selama tiga tahun terakhir (2019-2022), jumlah kutipan karya di bidang pemasaran bandara cukup signifikan jumlahnya. Karya yang paling banyak dikutip tentang topik pemasaran bandara menurut dua database bibliometrik yang digunakan (Google Scholar dan Crossref) dijelaskan pada Tabel 1.

Tabel 1. Karya Ilmiah yang Paling Banyak Dikutip pada Istilah Kunci "Airport Marketing" Menurut Database Bibliometrik Publikasi Ilmiah Google Scholar dan Crossref (2019-2022)

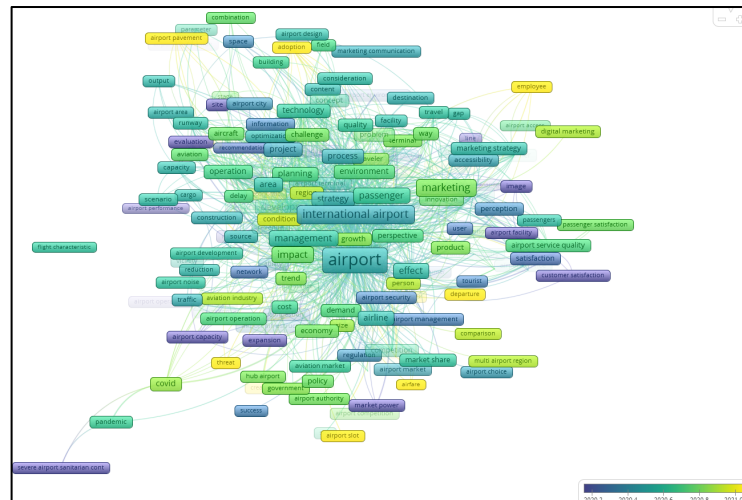
Sitasi	Penulis	Judul	Conclusion
212	(Di Vaio & Varriale, 2020)	Blockchain technology in supply chain management for sustainable performance: Evidence from the airport industry	Temuan utama menunjukkan bahwa Napoli-Capodichino secara signifikan dipengaruhi oleh teknologi baru, terutama adopsi sistem A-CDM, yang telah diakui sebagai aplikasi teknologi blockchain yang relevan.
144	(Halpern, 2022)	Airport marketing	Sumber daya yang tak ternilai bagi para akademisi, mahasiswa, dan praktisi yang menyediakan titik awal yang ideal untuk setiap perjalanan penelitian. Entri ringkas menyajikan ikhtisar yang mudah diakses dan padat dari setiap topik dan referensi terpilih yang mengikuti setiap entri menyarankan arahan untuk eksplorasi lebih lanjut yang lebih rinci.
129	(Prentice & Kadan, 2019)	The role of airport service quality in airport and destination choice	Hasil penelitian ini menegaskan bahwa kualitas layanan bandara secara keseluruhan secara signifikan terkait dengan penggunaan kembali bandara dan kunjungan kembali ke destinasi. Kepuasan penumpang dan penggunaan kembali bandara memberikan efek mediasi yang signifikan antara kualitas layanan bandara dan variabel hasil yang diinginkan. Diskusi dan implikasi dari temuan ini menjadi penutup dari makalah ini.
102	(Seetanah et al., 2020)	Destination satisfaction and revisit intention of tourists: does the quality of airport services matter?	Temuan ini memberikan bukti empiris bahwa kualitas layanan bandara memang penting dalam mendorong perilaku positif wisatawan, karena semakin puas wisatawan dengan layanan bandara, semakin besar kemungkinan mereka untuk kembali.
90	(Hong et al., 2020)	Exploring different airport users' service quality satisfaction between service providers and air travelers	Temuan ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan persepsi antara penyedia layanan bandara dan wisatawan udara. Pelancong udara lebih memperhatikan atribut kualitas interaksi dan hasil (kenyamanan), sementara penyedia layanan merefleksikan atribut kualitas interaksi dan lingkungan fisik (layanan). Kualitas layanan bandara ditemukan secara signifikan terkait dengan penggunaan kembali bandara, dan kunjungan ulang ke destinasi. Program pelatihan layanan yang tepat diperlukan untuk mengurangi kesenjangan dalam tingkat kepuasan.
76	(Liu et al., 2019)	Impact of high-speed rail network development on airport traffic and traffic distribution: Evidence from China and Japan	Kami menemukan bahwa ketika konektivitas atau aksesibilitas HSR meningkat, rata-rata terjadi penurunan lalu lintas domestik dan total lalu lintas bandara di Cina, namun tidak banyak perubahan di Jepang. Sementara itu, kami mengamati efek komplementer yang kuat dari HSR untuk mendukung penerbangan internasional dengan adanya hubungan intermoda udara-HSR. Akibatnya, beberapa bandara mungkin mengalami peningkatan lalu lintas total.

Sitasi	Penulis	Judul	Conclusion
74	(Taheri et al., 2020)	Understanding the influence of airport servicescape on traveler dissatisfaction and misbehavior	Hasilnya menyoroti kondisi yang menyebabkan rendahnya ketidakpuasan wisatawan dan skor perilaku buruk, mengkonfirmasi penerapan teori kompleksitas dalam menjelaskan perilaku wisatawan internasional di bandara, memberikan implikasi dan arahan untuk penelitian di masa depan dalam prosesnya.
67	(Forsyth et al., 2020)	Covid- 19, the collapse in passenger demand and airport charges	Makalah ini berpendapat bahwa, bahkan dalam menghadapi jatuhnya permintaan, kelangsungan hidup bandara dapat dicapai tanpa harus memindahkan guncangan keuangan kepada pengguna bandara, dengan campuran penerapan rezim peraturan yang tepat dan penyediaan bantuan keuangan (langsung atau bersyarat). Banyak bandara memiliki kekuatan pasar yang signifikan, dan selama permintaan pulih, bandara-bandara tersebut akan dapat bertahan dalam jangka panjang. Apapun bentuk regulasi yang mereka hadapi, bandara seharusnya tidak perlu melakukan penyesuaian besar-besaran terhadap tarif mereka pada periode krisis. Regulator harus menyadari bahwa bandara yang mereka atur tidak perlu menutup biaya di setiap periode, selama mereka diizinkan untuk menutup biaya dari waktu ke waktu. Hal ini tidak terjadi pada bandara yang menghadapi persaingan yang ketat, dan bandara semacam itu dapat menimbulkan masalah yang sulit bagi para pembuat kebijakan.
64	(Hotle & Mumbower, 2021)	The impact of COVID-19 on domestic US air travel operations and commercial airport service	Studi ini menilai dampak COVID-19 terhadap operasi perjalanan udara domestik AS dan layanan bandara komersial. Meskipun UU CARES mengharuskan maskapai penerbangan untuk melanjutkan layanan, UU ini mendefinisikan layanan ke "titik" atau kota, bukan bandara, dan juga tidak memiliki batasan pasar yang dilayani. Maskapai penerbangan bebas untuk mengubah jaringan mereka selama mereka mempertahankan persyaratan layanan minimum.
60	(Prentice & Kadan, 2019)	The role of airport service quality in airport and destination choice	Hasil penelitian ini menegaskan bahwa kualitas layanan bandara secara keseluruhan secara signifikan terkait dengan penggunaan kembali bandara dan kunjungan kembali ke destinasi. Kepuasan penumpang dan penggunaan kembali bandara memberikan efek mediasi yang signifikan antara kualitas layanan bandara dan variabel hasil yang diinginkan. Diskusi dan implikasi dari temuan ini menjadi penutup dari makalah ini.
58	(Antwi et al., 2019)	Job demand stressors and employees' creativity: A within-person approach to dealing with hindrance and challenge stressors	Penelitian ini berkontribusi pada teori dan praktik dengan mengilustrasikan peran penting penilaian kognitif dan sumber daya dalam diri seseorang pada hubungan

Sitasi	Penulis	Judul	Conclusion
54	(Halpern et al., 2021)	at the airport environment Ready for digital transformation? The effect of organisational readiness, innovation, airport size and ownership on digital change at airports	diferensial stresor - kreativitas Temuan ini menunjukkan bahwa pengembangan kesiapan organisasi yang berhasil dapat digunakan untuk mempercepat laju inovasi yang diperlukan untuk perubahan digital di bandara.
52	(Daş et al., 2020)	A review on airport gate assignment problems: Single versus multi objective approaches	Tinjauan ini menunjukkan bahwa tidak ada formulasi standar, bahwa tujuan yang berorientasi pada penumpang adalah yang paling umum, dan bahwa penelitian yang lebih baru adalah multi-tujuan. Dalam hal metode solusi, pendekatan heuristik dan metaheuristik sangat dominan, yang memberikan kesempatan untuk mengembangkan pendekatan eksak dan pendekatan perkiraan baik untuk masalah tujuan tunggal maupun multi-tujuan.
50	(Choi, 2021)	Changes in airport operating procedures and implications for airport strategies post-COVID-19	Temuan kami menunjukkan bahwa bahkan penumpang dengan daya beli yang kuat pun dapat kehilangan niat membeli ketika ditempatkan di gerbang atau terminal yang tidak menguntungkan. Operator bandara membutuhkan pemahaman yang lebih baik tentang karakteristik penumpang dan penerbangan ketika menentukan kebijakan operasi, seperti alokasi gerbang atau layanan keanggotaan.
48	(Cheung et al., 2020)	The evolution of aviation network: Global airport connectivity index 2006–2016	Analisis kami menunjukkan bahwa peningkatan GACI meningkatkan posisi kompetitif bandara dan memberikan pengaruh yang lebih besar terhadap bandara-bandara lain.
46	(Xia et al., 2019)	Air-rail revenue sharing in a multi-airport system: Effects on traffic and social welfare	Kami menyelidiki pembagian pendapatan HSR udara dalam berbagai skenario dan menunjukkan bahwa ketika operator HSR berorientasi pada kesejahteraan sosial, atau ketika maskapai penerbangan memonopoli MAS, kesepakatan pembagian pendapatan lebih mungkin tercapai.
46	(Tuchen et al., 2020)	Airport user experience unpacked: Conceptualizing its potential in the face of COVID-19	Melalui tinjauan literatur integratif, studi ini menunjukkan fokus utama, dalam praktik dan penelitian, pada pengalaman pelanggan dan kualitas layanan, dibandingkan dengan pengalaman pengguna, untuk membantu bandara mendapatkan keunggulan kompetitif dalam industri yang semakin terkomodifikasi. Tinjauan ini menyoroti beberapa masalah dengan pemahaman pengalaman ini, karena pengguna selain penumpang, seperti karyawan, yang bekerja untuk bandara dan berbagai pemangku kepentingan, serta pengunjung, sebagian besar dihilangkan dari penelitian.
45	(Sreenath et al., 2020)	Solar PV energy system in Malaysian airport: Glare analysis, general design and performance assessment	Pembangkit listrik tenaga surya yang diusulkan diharapkan dapat menghasilkan 26.304 MWh per tahun dan produksi energi ini adalah 168 kali dari konsumsi energi gedung terminal bandara. Produksi energi

Sitasi	Penulis	Judul	Conclusion
			tertinggi akan terjadi pada bulan Maret (2.514 MWh). Diproyeksikan bahwa hasil akhir rata-rata bulanan bervariasi dari nilai maksimum 125,70 MWh/MWp-bulan di bulan Maret hingga minimum 90,70 MWh/MWp-bulan di bulan Desember. Pembangkit listrik tenaga surya yang diusulkan di bandara Kuantan diperkirakan akan berkinerja cukup baik dengan rasio kinerja 76,88% dan faktor pemanfaatan kapasitas 15,22%. Hasil ini memprediksi operasi yang aman dari sistem tenaga surya berbasis bandara di Malaysia tanpa dampak silau.
44	(Bezerra & Gomes, 2019)	Determinants of passenger loyalty in multi-airport regions: Implications for tourism destination	Temuan ini menyoroti peran segmentasi pelanggan untuk menentukan strategi pemasaran dan operasional, yang harus digunakan untuk memperkuat loyalitas terhadap bandara serta berkontribusi pada peningkatan citra destinasi pariwisata. Selain itu, penelitian ini menawarkan pendekatan integratif untuk menganalisis persepsi dan sikap penumpang mengenai pengalaman di bandara.
41	(Kayapınar & Erginel, 2019)	Designing the airport service with fuzzy QFD based on SERVQUAL integrated with a fuzzy multi-objective decision model	Hasil akhir menunjukkan empat persyaratan desain yang dinamakan sebagai 'jumlah papan informasi', 'kapasitas wi-fi', 'tombol bantuan darurat dan otomatisasi', dan 'jumlah papan nama', yang memaksimalkan total bobot fuzzy dari persyaratan desain teknis dan meminimalkan jumlah kesulitan teknis fuzzy dari setiap persyaratan desain di bawah kendala anggaran fuzzy. Penelitian ini adalah aplikasi dunia nyata yang diimplementasikan di Bandara Universitas Anadolu di Turki.
36	(Choi et al., 2019)	Determining factors of air passengers' transfer airport choice in the Southeast Asia–North America market: Managerial and policy implications	Temuan empiris utama adalah: (1) Pilihan bandara penumpang transfer ditentukan oleh karakteristik bandara termasuk MCT dan kualitas layanan koneksi penerbangan, selain faktor-faktor tradisional seperti harga tiket pesawat dan waktu tempuh. (2) Berdasarkan estimasi parameter fungsi utilitas, kami mengukur kesediaan penumpang transfer untuk membayar untuk beberapa karakteristik bandara transfer. (3) Dengan hasil estimasi kami, studi kasus dilakukan untuk Bandara Internasional Incheon untuk mengidentifikasi kandidat rute yang memiliki potensi terbesar bagi bandara untuk meningkatkan jumlah penumpang transfer.

Gambar 1 menunjukkan publikasi yang signifikan ketika kata kunci "pemasaran bandara" dimasukkan ke mesin pencari kata kunci pada software Harzing's Publish or Perish. Aplikasi ini aplikasi yang sangat membantu yang dikembangkan oleh Anne-Wil Harzing untuk membantu studi dan penelitian akademis. Pengguna software ini dapat mencari jurnal akademik menurut penulis, tanggal publikasi, atau bidang studi.



Gambar 3.3 Peta Bibliometri Publikasi Tentang Istilah Kunci "Airport Marketing" Untuk 2019-2022 Menggunakan Software Vosviewer (Pengelompokan Berdasarkan Tahun)

Total susunan publikasi dengan istilah kunci “Airport Marketing” dalam database Google Scholar dan Crossref adalah 3.130 judul dengan jumlah sitasi 6.307. Berdasarkan peta bibliometri publikasi terbentuk 9 cluster dengan total 215 konsep.

Tabel 2. Distribusi Konsep Menurut Klaster untuk Istilah Kunci "Airport Marketing" dalam Database Google Scholar dan Crossref Periode 2019-2023

Klaster	Konsep / Komponen
1	Ability, airport activity, airport authority, airport capacity, airport city, airport development, airport efficiency, airport infrastructure, airport operation, airport security, airport system, area, aviation market, benefit, city, condition, connection, construction, creation, decision, economic, economy, efficiency, establishment, expansion, future, global market, government, impact, infrastructure, investment, literature, location, management, mitigation, new airport, outcome, population, position, positive impact, project, risk, role, safety, smart airport, source, success, sustainable development, threat, uncertainty, vicinity
2	Activity, aircraft movement, airport marketing, airport sustainability, challenge, concept, consumer, content, customer, digital marketing, employee, gap, ground, importance, line, marketing, marketing communication, marketing strategy, nature, need, opportunity, process, product, profit, quality, society, stakeholder, state, strategy, tourism, tourist, transportation, value, way
3	airport facility, airport industry, airport management, airport manager, airport service, airport service quality, assessment, competitiveness, customer satisfaction, departure, effect, environment, facility, image, innovation, international airport, measurement, passenger, passenger satisfaction, passengers, perception, performance, person, perspective, profitability, satisfaction, security, service, service quality, significant effect, terminal, user
4	Aircraft, airport construction, airport pavement, airport terminal, aviation, building, capacity, characteristic, combination, development, field, information, operation, output, parameter, region, route, runway, scenario, site, situation, solution, space
5	Accessibility, air traffic, airline, airport, airport charge, airport competition, airport market, airport network, airport noise, airport slot, competition, congestion, cost, hub airport, market power, multi airport system, network, policy, price, regulation, slot, traffic, trend
6	Adoption, air passenger, airfare, airport design, airport operator, consideration, country, destination, flight, income, planning, prediction, problem, sustainability, transformation, travel, traveller
7	airport area, airport environment, airport experience, airport performance, aviation industry, business, cargo, delay, evaluation, flight characteristic, growth, recommendation, revenue, scope, stage, technology
8	air transport, airport access, airport choice, comparison, demand, distance, effort, evolution, improvement, market share, multi airport region, size
9	airport operations, covid, optimization, pandemic, reduction, regional airport, severe airport sanitarian control

Kluster yang terbentuk mencerminkan kecenderungan untuk memperluas cakupan istilah yang saling terkait, dan kluster-kluster ini menunjukkan bagaimana pemasaran bandara dicirikan oleh istilah-istilah yang berkorelasi satu sama lain. Tabel 2 menunjukkan afiliasi kelompok kluster ke berbagai pendekatan ilmiah untuk menentukan pemasaran bandara dan komponennya:

Kluster 1 yang pada gambar 2 berwarna merah merupakan kluster terbesar yang mengkombinasikan banyak pendekatan dalam memahami konsep pemasaran bandara. Pada kluster ini, pemasaran bandara melibatkan seluruh lingkungan bandara secara holistik termasuk lingkungan internal perusahaan, *microenvironment*, dan *macroenvironment* bandara (Rahayu, 2015). Pemasaran bandara menurut kluster ini melibatkan operasional bandara, pengembangan infrastruktur bandara, faktor makroekonomi yang mempengaruhi bandara, konektivitas, pihak berwenang, investasi, industri aviasi, risiko, mitigasi, keamanan bandara, dan keberlanjutan. Secara umum kluster 1 menggambarkan bagaimana pemasaran bandara harus mempertimbangkan seluruh aspek internal dan eksternal untuk menghasilkan pemasaran bandara yang kompetitif dalam lingkungan yang kompetitif.

Kluster 2 yang pada gambar 2 berwarna hijau merupakan kluster yang membahas pemasaran bandara melalui konsep *marketing communication*, *marketing strategy*, dan *digital marketing* sebagai bauran pemasarannya. Kluster ini juga secara khusus menyinggung *customer*, *consumer*, *tourist*, *tourism*, *society* sebagai konsep sasaran produk dan layanan bandara. Secara spesifik kluster 2 menyajikan konsep *activity*, *content*, *ground*, *product*, *transportation* sebagai *product mix* nya. Berbeda dengan kluster 1, kluster 2 relatif lebih spesifik berisikan konsep yang lebih berisikan bauran pemasaran bandara.

Kluster 3 yang pada gambar 2 berwarna biru muda merupakan kluster yang lebih membahas konsep industri bandara, manajemen bandara, fasilitas bandara pada sisi penawarannya. Kemudian kluster 3 berisikan konsep layanan bandara, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, *competitiveness*, *perception*, *performance* pada sisi output dan outcome dari konsep pemasaran bandara. Secara singkat kluster 3 dapat dikategorikan sebagai pemasaran bandara yang berfokus pada target pencapaian atau indikator-indikator keberhasilan dari proses pemasaran bandara itu sendiri. Kluster 4 yang pada gambar 2 berwarna kuning merupakan kluster pemasaran bandara yang membahas *airport construction*, *airport pavement*, *airport terminal*, *aircraft*, *aviation*, *building*, *capacity*, *development*, *runway*, *space*, *route*, dan *combination*. Secara pengelompokan konsep, kluster 4 dapat dikategorikan sebagai pendekatan bauran produk pemasaran bandara. Bagaimana bandara meningkatkan kualitas dan kuantitas produk dan layanannya terutama pada sector *aeronautical* yang menjadi *core business* tradisional bandara.

Kluster 5 yang pada gambar 2 berwarna ungu tua merupakan kluster pemasaran bandara yang membahas *accessability*, *air traffic*, *airline*, *airport*, *airport charge*, *airport competition*, *airport market*, *airport network*, *airport noise*, *airport slot*, *competition*, *congestion*, *cost*, *hub airport*, *market power*, *multi airport system*, *network*, *policy*, *price*, *regulation*, *slot*, *traffic*, *trend*. Jika dianalisis dari kumpulan konsep pada kluster 5, dapat disimpulkan bahwa kluster 5 menggambarkan pengukuran kualitas layanan *aeronautical* bandara. Jika kluster 4 merupakan konsep formatif dari layanan *aeronautical* bandara, maka kluster 5 dapat dikatakan sebagai konsep reflektif dari layanan *aeronautical* bandara. Kluster 6 yang pada gambar 2 berwarna biru toska (*Turkish*) merupakan kluster pemasaran bandara yang membahas konsep *Adoption*, *air passenger*, *airfare*, *airport design*, *airport operator*, *consideration*, *country*, *destination*, *flight*, *income*, *planning*, *prediction*, *problem*, *sustainability*, *transformation*, *travel*, *traveller*. Kluster 6 cenderung menitikberatkan pada fungsi perencanaan bandara yang meliputi konsep *prediction*, *planning*, *problem*, *destination*, *consideration*, *adoption*, dan *transformation*. Karena lingkungan bisnis bandara yang terus berubah, perencanaan pemasaran bandara harus terus diperbarui untuk memastikan bahwa perubahan tersebut tercermin dalam analisis di mana peluang dan ancaman dapat diidentifikasi.

Kluster 7 yang pada gambar 2 berwarna jingga merupakan kluster pemasaran bandara yang membahas *airport area*, *airport environment*, *airport experience*, *airport performance*, *aviation industry*, *business*, *cargo*, *delay*, *evaluation*, *flight characteristic*, *growth*, *recommendation*, *revenue*, *scope*, *stage*, *technology*. Kluster 7 lebih berisikan konsep yang berkaitan dengan implikasi pemasaran bandara, terutama dalam hal bagaimana penumpang merasakan pengalaman layanan bandara dan kemampuan pelanggan untuk memanfaatkan sepenuhnya fasilitas komersial di bandara, baik itu pelanggan perorangan (penumpang) maupun pelanggan korporat (pengguna layanan kargo). Kluster 8 yang pada gambar 2 berwarna coklat merupakan kluster pemasaran bandara yang membahas *air transport*, *airport access*, *airport choice*, *comparison*, *demand*, *distance*, *effort*, *evolution*, *improvement*, *market share*, *multi airport region*, *size*. Kluster 8 membahas bagaimana sebuah bandara menjadi pilihan pelanggan. Bagaimana dinamika pangsa pasar persaingan bandara dipengaruhi juga dapat ditemukan pada konsep pemasaran bandara yang dikelompokkan pada kluster 8 ini.

Kluster 9 yang padagambar 2 berwarna ungu muda merupakan kluster pemasaran bandara yang membahas airport operations, covid, optimization, pandemic, reduction, regional airport, severe airport sanitation control. Kluster 9 secara terpisah membahas bagaimana pemasaran bandara terdampak oleh pandemic yang memaksa bandara untuk melakukan optimalisasi, pengurangan aktivitas, serta pemberlakuan aturan keamanan dan Kesehatan yang ketat. Tabel 2 yang terbentuk beserta penjelasan tiap klusternya mengasumsikan pendekatan definisi kelompok kluster apa saja yang dapat digunakan untuk memahami konsep pemasaran bandara. Hubungan endogen dan eksogen terhadap konsep pemasaran bandara dibentuk secara hipotetis untuk digunakan lebih lanjut dalam mendefinisikan konsep terkait dari istilah kunci "pemasaran bandara".

Simpulan

Seiring dengan meningkatnya aktivitas pada bandara, minat pemasaran bandara juga meningkat sebagai bagian dari bidang studi akademik. Perkembangan literatur yang didedikasikan untuk bidang pemasaran bandara juga terus bertambah. Dalam proses analisis bibliometric ini, sejumlah publikasi yang dapat diakses oleh penulis dipelajari. Studi-studi yang dipilih adalah studi yang menjelaskan berbagai konsep yang membentuk dan merefleksikan pemasaran bandara dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Dalam penelitian ini, penulis melakukan perbandingan data statistik pada jumlah publikasi, pengaruh dan hubungan antar konsep yang berkaitan dengan kata kunci penelitian yaitu "pemasaran bandara".

Referensi

- ACI Europe. (2020). *Almost 200 European airports facing insolvency in coming months*. Airports Council International Europe.
- Antwi, C. O., Fan, C., Aboagye, M. O., Brobbey, P., Jababu, Y., Affum-Osei, E., & Avornyo, P. (2019). Job demand stressors and employees' creativity: A within-person approach to dealing with hindrance and challenge stressors at the airport environment. *The Service Industries Journal*, 39(3–4), 250–278.
- Bezerra, G. C. L., & Gomes, C. F. (2019). Determinants of passenger loyalty in multi-airport regions: Implications for tourism destination. *Tourism Management Perspectives*, 31, 145–158.
- Cheung, T. K. Y., Wong, C. W. H., & Zhang, A. (2020). The evolution of aviation network: Global airport connectivity index 2006–2016. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 133, 101826.
- Choi, J. H. (2021). Changes in airport operating procedures and implications for airport strategies post-COVID-19. *Journal of Air Transport Management*, 94, 102065.
- Choi, J. H., Wang, K., Xia, W., & Zhang, A. (2019). Determining factors of air passengers' transfer airport choice in the Southeast Asia–North America market: Managerial and policy implications. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 124, 203–216.
- Daş, G. S., Gzara, F., & Stützel, T. (2020). A review on airport gate assignment problems: Single versus multi objective approaches. *Omega*, 92, 102146.
- Di Vaio, A., & Varriale, L. (2020). Blockchain technology in supply chain management for sustainable performance: Evidence from the airport industry. *International Journal of Information Management*, 52, 102014.
- Forsyth, P., Guimard, C., & Niemeier, H.-M. (2020). Covid– 19, the collapse in passenger demand and airport charges. *Journal of Air Transport Management*, 89, 101932.
- Halpern, N. (2022). Airport marketing. In *Encyclopedia of Tourism Management and Marketing* (pp. 111–114). Edward Elgar Publishing.
- Halpern, N., Mwesumbe, D., Suau-Sanchez, P., Budd, T., & Bråthen, S. (2021). Ready for digital transformation? The effect of organisational readiness, innovation, airport size and ownership on digital change at airports. *Journal of Air Transport Management*, 90, 101949.
- Hong, S.-J., Choi, D., & Chae, J. (2020). Exploring different airport users' service quality satisfaction between service providers and air travelers. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 52, 101917.
- Hotle, S., & Mumbower, S. (2021). The impact of COVID-19 on domestic US air travel operations and commercial airport service. *Transportation Research Interdisciplinary Perspectives*, 9, 100277.
- Kayapınar, S., & Erginel, N. (2019). Designing the airport service with fuzzy QFD based on SERVQUAL integrated with a fuzzy multi-objective decision model. *Total Quality Management & Business Excellence*, 30(13–14), 1429–1448.
- Liu, S., Wan, Y., Ha, H.-K., Yoshida, Y., & Zhang, A. (2019). Impact of high-speed rail network development on airport traffic and traffic distribution: Evidence from China and Japan. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 127, 115–135.

- Melinda, C. A., & Arsyad, A. W. (2019). *Strategi komunikasi pemasaran terpadu dalam mempromosikan bandara internasional "sultan aji muhammad sulaiman" balikpapan*.
- Pasaribu, F. (2015). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi Kinerja Strategis Bauran Pemasaran Biro Perjalanan Wisata. *Seminar Nasional Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi Ke-2. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang*.
- Prentice, C., & Kadan, M. (2019). The role of airport service quality in airport and destination choice. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 47, 40–48.
- Rahayu, A. (2015). *Strategi komunikasi pemasaran kota solo sebagai destinasi mice (Meeting, Incentive Trip, Conference, Exhibition)*. UNS (Sebelas Maret University).
- Seetanah, B., Teeroovengadum, V., & Nunkoo, R. (2020). Destination satisfaction and revisit intention of tourists: does the quality of airport services matter? *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 44(1), 134–148.
- Sreenath, S., Sudhakar, K., Yusop, A. F., Solomin, E., & Kirpichnikova, I. M. (2020). Solar PV energy system in Malaysian airport: Glare analysis, general design and performance assessment. *Energy Reports*, 6, 698–712.
- Taheri, B., Olya, H., Ali, F., & Gannon, M. J. (2020). Understanding the influence of airport servicescape on traveler dissatisfaction and misbehavior. *Journal of Travel Research*, 59(6), 1008–1028.
- Tuchen, S., Arora, M., & Blessing, L. (2020). Airport user experience unpacked: Conceptualizing its potential in the face of COVID-19. *Journal of Air Transport Management*, 89, 101919.
- Utama, I. G. B. R. (2017). *Pemasaran pariwisata*. Penerbit Andi.
- Xia, W., Jiang, C., Wang, K., & Zhang, A. (2019). Air-rail revenue sharing in a multi-airport system: Effects on traffic and social welfare. *Transportation Research Part B: Methodological*, 121, 304–319.