

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Sejarah Perusahaan

PT Angkasa Pura II (Persero), selanjutnya disebut “Angkasa Pura II” atau “Perusahaan” merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara yang bergerak dalam bidang usaha pelayanan jasa kebandarudaraan dan pelayanan jasa terkait bandar udara di wilayah Indonesia Barat. Angkasa Pura II telah mendapatkan kepercayaan dari Pemerintah Republik Indonesia untuk mengelola dan mengupayakan pengusahaan Pelabuhan Udara Jakarta Cengkareng yang kini berubah nama menjadi Bandara Internasional Jakarta Soekarno-Hatta serta Bandara Halim Perdanakusuma sejak 13 Agustus 1984.

Keberadaan Angkasa Pura II berawal dari Perusahaan Umum dengan nama Perum Pelabuhan Udara Jakarta Cengkareng melalui Peraturan Pemerintah Nomor 20 tahun 1984, kemudian pada 19 Mei 1986 melalui Peraturan Pemerintah Nomor 26 tahun 1986 berubah menjadi Perum Angkasa Pura II. Selanjutnya, pada 17 Maret 1992 melalui Peraturan Pemerintah Nomor 14 tahun 1992 berubah menjadi Perusahaan Perseroan (Persero). Seiring perjalanan perusahaan, pada 18 November 2008 sesuai dengan Akta Notaris Silvia Abbas Sudrajat, SH, SpN Nomor 38 resmi berubah menjadi PT Angkasa Pura II (Persero).

Berdirinya Angkasa Pura II bertujuan untuk menjalankan pengelolaan dan pengusahaan dalam bidang jasa kebandarudaraan dan jasa terkait bandar udara dengan mengoptimalkan pemberdayaan potensi sumber daya yang dimiliki dan penerapan praktik tata kelola perusahaan yang baik. Hal tersebut diharapkan agar dapat menghasilkan produk dan layanan jasa yang bermutu tinggi dan berdaya saing kuat sehingga dapat meningkatkan nilai Perusahaan dan kepercayaan masyarakat.

Kiprah Angkasa Pura II telah menunjukkan kemajuan dan peningkatan usaha yang pesat dalam bisnis jasa kebandarudaraan melalui penambahan berbagai sarana prasarana dan peningkatan kualitas pelayanan pada bandara yang dikelolanya.

Angkasa Pura II telah mengelola 13 Bandara, antara lain yaitu Bandara Soekarno-Hatta (Jakarta), Halim Perdanakusuma (Jakarta), Kualanamu (Medan), Supadio (Pontianak), Minangkabau (Padang), Sultan Mahmud Badaruddin II (Palembang), Sultan Syarif Kasim II (Pekanbaru), Husein Sastranegara (Bandung), Sultan Iskandarmuda (Banda Aceh), Raja Haji Fisabilillah (Tanjungpinang), Sultan Thaha (Jambi), Depati Amir (Pangkal Pinang) dan Silangit (Tapanuli Utara).

Angkasa Pura II telah berhasil memperoleh berbagai penghargaan dari berbagai instansi. Penghargaan yang diperoleh merupakan bentuk apresiasi kepercayaan masyarakat atas *performance* Perusahaan dalam memberikan pelayanan, diantaranya adalah “*The Best BUMN in Logistic Sector*” dari Kementerian Negara BUMN RI (2004-2006), “*The Best I in Good Corporate Governance*” (2006), Juara I “*Annual Report Award*” 2007 kategori BUMN *Non-Keuangan Non-Listed*, dan sebagai BUMN Terbaik dan Terpercaya dalam bidang *Good Corporate Governance* pada *Corporate Governance Perception Index 2007 Award*. Pada tahun 2009, Angkasa Pura II berhasil meraih penghargaan sebagai *1st The Best Non Listed Company* dari Anugerah *Business Review 2009* dan juga sebagai *The World 2nd Most On Time Airport* untuk Bandara Soekarno-Hatta dari *Forbestraveller.com*, Juara III *Annual Report Award 2009* kategori BUMN *Non-Keuangan Non-Listed*, *The Best Prize INACRAFT Award 2010 in category natural fibers*, *GCG Award 2011 as Trusted Company Based on Corporate Governance Perception Index (CGPI) 2010*, Penghargaan Penggunaan Bahasa Indonesia Tahun 2011 dari Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, penghargaan untuk Bandara Internasional Minangkabau Padang sebagai *Indonesia Leading Airport* dalam *Indonesia Travel & Tourism Award 2011*, dan Penghargaan Kecelakaan Nihil (*Zero Accident*) selama 2.084.872 jam kerja terhitung mulai 1 Januari 2009-31 Desember 2011 untuk Bandara Sultan Syarif Kasim II Pekanbaru, serta berbagai penghargaan di tahun 2012 dari Majalah Bandara

kategori *Best Airport* 2012 untuk Bandara Internasional Sultan Syarif Kasim II (Pekanbaru) dan Bandara Sultan Mahmud Badaruddin II (Palembang), kategori *Good Airport Services* untuk Bandara Internasional Minangkabau dan Bandara Internasional Soekarno-Hatta Terminal 3 (Cengkareng) dan kategori *Progressive Airport Service* 2012 untuk Bandara Internasional Soekarno-Hatta Terminal 3 (Cengkareng).

Sebagai Badan Usaha Milik Negara, Angkasa Pura II selalu melaksanakan kewajiban untuk membayar dividen kepada negara selaku pemegang saham. Angkasa Pura II juga senantiasa berkomitmen untuk memberikan pelayanan yang terbaik dan perlindungan konsumen kepada pengguna jasa bandara, menerapkan praktik tata kelola perusahaan yang baik, meningkatkan kesejahteraan karyawan dan keluarganya serta meningkatkan kepedulian sosial terhadap masyarakat umum dan lingkungan sekitar bandara melalui program *Corporate Social Responsibility*.



GAMBAR 1.1

Logo Perusahaan

Sumber: <http://www.angkasapura2.co.id/id>, 2018

1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

Adapun visi dan misi dari PT Angkasa Pura II (Persero) yaitu sebagai berikut:

Visi

“The Best Smart Connected Airport in the region”

The best smart connected airport in the region memiliki makna bahwa bandara-bandara yang dikelola Angkasa Pura II menjadi bandara yang terhubung ke banyak rute atau tujuan baik di dalam maupun di luar negeri, sesuai dengan status masing-masing bandara (bandara domestik/internasional). *Connecting time* dan *connecting process* baik untuk penumpang maupun barang harus bisa berjalan dengan mudah dan tanpa sekat. Bandara-bandara Angkasa Pura II juga sepenuhnya menjadi bandara yang pintar (*smart*) dengan memanfaatkan teknologi modern. *Region* yang dimaksud dalam visi adalah Asia. Sehingga dapat disimpulkan bahwa visi Angkasa Pura II adalah menjadi bandara dengan konektivitas tinggi ke banyak kota atau negara dan mempergunakan teknologi modern yang terintegrasi dalam operasional bandara dan peningkatan pelayanan penumpang.

Misi

- a. Memastikan keselamatan dan keamanan sebagai prioritas utama
- b. Menyediakan infrastruktur dan layanan kelas dunia untuk mendukung perkembangan ekonomi Indonesia melalui konektivitas antar daerah maupun negara
- c. Memberikan pengalaman perjalanan yang terpercaya, konsisten, dan menyenangkan kepada seluruh pelanggan dengan teknologi modern
- d. Mengembangkan kemitraan untuk melengkapi kemampuan dan memperluas penawaran perusahaan
- e. Menjadi BUMN pilihan dan memaksimalkan potensi dari setiap karyawan perusahaan
- f. Menjunjung tinggi tanggung jawab sosial perusahaan

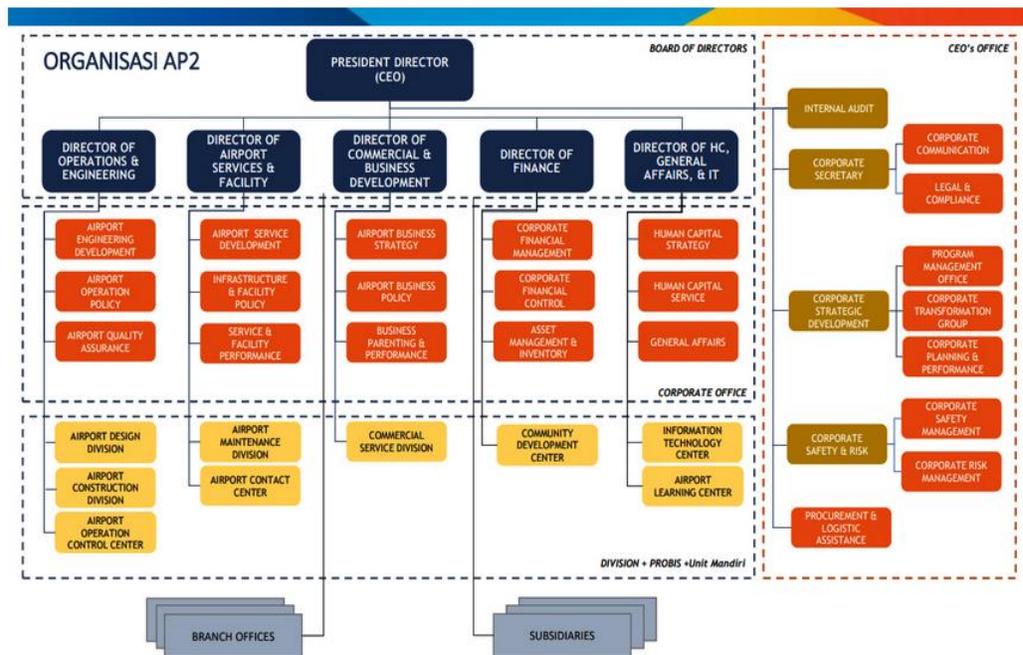
Untuk keperluan komunikasi dan publikasi dapat mempergunakan pernyataan misi :

“Kami mendorong seluruh karyawan dan mitra untuk memberikan pengalaman bepergian yang aman dan nyaman bagi pelanggan.”

“We bring the best of our people and partners to deliver safe and pleasant travel experience to our customers.”

1.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan

Adapun struktur organisasi dari PT. Angkasa Pura II (Persero) adalah sebagai berikut:



GAMBAR 1.2

Struktur Organisasi Perusahaan

Sumber: <http://www.angkasapura2.co.id/id/tentang/struktur-organisasi,2018>

1.1.4 Produk Layanan Perusahaan

Adapun beberapa bisnis yang dikembangkan oleh PT. Angkasa Pura II (Persero) adalah sebagai berikut:

a. *Bisnis Aeronautical*

Angkasa Pura II melakukan pengembangan usaha dalam bidang jasa kebandarudaraan dan peningkatan pelayanan yang optimal kepada pengguna jasa bandara melalui penyelenggaraan pelayanan-pelayanan yang menunjang jasa kebandarudaraan. Pelayanan-pelayanan tersebut antara lain: pelayanan jasa pendaratan, penempatan dan penyimpanan pesawat udara (PJP4U), pelayanan jasa penumpang pesawat udara (PJP2U), dan pelayanan jasa konter.

Dalam menjalankan usahanya, Angkasa Pura II selalu mematuhi dan mengikuti berbagai regulasi maupun standar yang mengikat terkait dengan pelayanan lalu lintas udara, baik yang berlaku secara internasional (*International Civil Aviation Organization/ICAO*) maupun nasional (Departemen Perhubungan - Direktorat Jenderal Perhubungan Udara). Semua regulasi maupun standar tersebut diberlakukan, agar aspek keselamatan penerbangan terpenuhi sehingga semua pihak dapat merasakan kenyamanan dan ketenangan selama penerbangan.

b. *Bisnis Non-Aeronautical*

Memaksimalkan pelayanan terbaik melalui penyediaan beragam pelayanan jasa penunjang Bandar udara yang modern dengan ditunjang fasilitas berteknologi tinggi adalah komitmen Angkasa Pura II untuk mewujudkan kenyamanan bagi pengguna jasa selama berada di lingkungan bandara.

Angkasa Pura II mengusahakan pelayanan-pelayanan jasa yang menunjang bisnis jasa kebandarudaraan. Pelayanan jasa terkait bandara udara disediakan oleh Angkasa Pura II bertujuan untuk mendukung terciptanya aspek keamanan, keselamatan dan kenyamanan bagi pengguna jasa bandara selama berada di

kawasan Bandara. Pelayanan jasa terkait bandar udara tersebut diantaranya: penyewaan ruangan, gudang, lahan dan fasilitas lainnya, kegiatan konsesional, parkir kendaraan, Pas Bandara dan penyediaan lahan untuk bangunan, lapangan dan industri serta bangunan yang berhubungan dengan kelancaran angkutan udara.

c. Kargo

Saat ini, perspektif atas Bandar Udara telah mengalami perkembangan menjadi lebih luas dan strategis. Bila pada mulanya Bandar Udara hanya sebagai pusat perpindahan moda transportasi dari darat ke udara atau sebaliknya, maka saat ini Bandar Udara sudah menjadi pusat kegiatan ekonomi. Semakin banyak kegiatan ekonomi dan industri yang bertumpu pada kegiatan Bandar Udara, yang biasanya bersifat lintas negara dengan produk bernilai tinggi, ringan dan sebagian perishable. Bandar Udara saat ini bukan sekedar pintu gerbang tempat embarkasi dan debarkasi penumpang saja tetapi juga memiliki peranan sebagai:

1. Wahana untuk fasilitasi kegiatan perdagangan, khususnya dalam perdagangan internasional
2. Alat untuk meningkatkan daya tarik investasi industri dan kegiatan bisnis, dengan keunggulan kecepatannya dan sistem logistik yang efektif dan efisien
3. Pusat kegiatan ekonomi dan industri
4. Motor penggerak bagi pembangunan ekonomi wilayah di sekitar Bandar Udara.

Peran Bandara tersebut sudah semakin terlihat di negara maju. Pada sebagian besar Bandar Udara di negara maju saat ini telah terlihat adanya trend modernisasi, pengembangan dan penambahan fasilitas baik untuk Terminal penumpang maupun Terminal Kargo.

1.2 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia usaha di Indonesia saat ini semakin pesat dengan adanya banyak persaingan dari berbagai perusahaan. Dengan adanya persaingan tersebut, menyebabkan masing-masing perusahaan harus berupaya semaksimal mungkin untuk melakukan strategi agar dapat bersaing dalam dunia bisnis. Perusahaan akan mampu bersaing, jika memiliki strategi-strategi yang tepat dan unggul dari pesaing. Salah satu strategi penting untuk dijalankan oleh suatu perusahaan adalah menjaga dan menjalin hubungan yang baik dengan mitra usaha maupun pelanggan, memberikan kemudahan serta kenyamanan kepada mitra usaha.

Relationship marketing dapat diterapkan suatu perusahaan sebagai salah satu upaya untuk menjalin hubungan yang baik dengan mitra usaha maupun pelanggan. Menurut Kotler dan Keller (2012:20) tujuan dari *marketing* adalah untuk mengembangkan hubungan yang abadi dan mendalam dengan orang-orang dan organisasi secara langsung atau tidak langsung yang mempengaruhi keberhasilan kegiatan pemasaran perusahaan. *Relationship marketing* bertujuan untuk membangun hubungan jangka panjang yang saling memuaskan dengan unsur kunci untuk mendapatkan dan mempertahankan bisnis.

Gummesson (2012:5) mendefinisikan *relationship marketing* sebagai kelanjutan dari hubungan timbal balik antara penyedia layanan dengan pelanggan yang dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan. Menurut Sohail (2012) memaparkan empat dasar-dasar dari *relationship marketing*, yaitu *trust*, *commitment*, *communication*, dan *conflict handling*. Poin penting dari *relationship marketing* berdasarkan teori tersebut yaitu perusahaan harus dapat memperhatikan tentang kepercayaan, komitmen, komunikasi, dan penanganan keluhan karena hubungan yang diciptakan oleh perusahaan dengan nasabah dapat menciptakan ikatan emosional.

PT. Angkasa Pura II (Persero) adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) di bawah Departemen Perhubungan yang bergerak dibidang pengelolaan kebandarudaraan dan pelayanan lalu lintas udara. Kini PT. Angkasa Pura II (Persero) telah mengelola 10 bandara dikawasan barat Indonesia yaitu, Soekarno-Hatta

(Jakarta), Halim Perdanakusuma (Jakarta), Husein Sastranegara (Bandung), Polonia (Medan), Sultan Iskandarmuda (Banda Aceh), Sultan Mahmud Badaruddin (Palembang), Supadio (Pontianak), Sultan Syarif Kasim II (Pekanbaru), Tabin (Padang), dan Kijang (Tanjung Pinang).

Aktivitas pada PT. Angkasa Pura II (Persero) Bandung mencakup Pelayanan Jasa Penerbangan (Aeronautika), Pelayanan Jasa Penunjang Bandar Udara (Non Aeronautika), dan Bisnis Kargo. Sumber pendapatan PT. Angkasa Pura II (Persero) ini berasal dari pendapatan jasa *non-aeronautical* yang meliputi pendapatan penyewaan (pendapatan sewa ruangan, lapangan, dan fasilitas jaringan), pendapatan konsesi (pendapatan konsesi penunjang bandara dan penerbangan), pendapatan jasa *aeronautical* yang meliputi (pelayanan jasa pendaratan, penempatan dan penyimpanan pesawat udara, pelayanan jasa penumpang pesawat udara, pelayanan jasa penerbangan, pelayanan jasa konter), dan pendapatan bisnis kargo.

Adapun beberapa penjabaran mengenai bisnis yang ada di PT. Angkasa Pura II (Persero) Bandung adalah sebagai berikut:

a. *Bisnis Aeronautical*

Bisnis yang berfokus pada pengembangan usaha dalam bidang jasa kebandarudaraan dan peningkatan pelayanan yang optimal kepada pengguna jasa bandara melalui penyelenggaraan pelayanan-pelayanan yang menunjang jasa kebandarudaraan. Pelayanan-pelayanan tersebut antara lain: pelayanan jasa pendaratan, penempatan dan penyimpanan pesawat udara (PJP4U), pelayanan jasa penumpang pesawat udara (PJP2U), dan pelayanan jasa konter.



GAMBAR 1.3

Gambar Bisnis Aeronautical

Sumber: <http://www.angkasapura2.co.id/id/business/aero,2018>

b. *Bisnis Non Aeronautical*

Bisnis yang berfokus pada pelayanan jasa terkait bandar udara tersebut diantaranya: penyewaan ruangan, gudang, lahan dan fasilitas lainnya, kegiatan konsesional, parkir kendaraan, Pas Bandara dan penyediaan lahan untuk bangunan, lapangan dan industri serta bangunan yang berhubungan dengan kelancaran angkutan udara.



GAMBAR 1.4

Gambar Bisnis Non Aeronautical

Sumber: <http://www.angkasapura2.co.id/id/business/nonaero,2018>

c. *Bisnis kargo*

Bisnis yang memiliki berbagai peranan sebagai wahana untuk fasilitasi kegiatan perdagangan, khususnya dalam perdagangan internasional, serta pusat kegiatan ekonomi dan industri.



GAMBAR 1.5

Gambar Bisnis Kargo

Sumber: <http://www.angkasapura2.co.id/id/business/kargo,2018>

Pengembangan usaha yang dilakukan oleh PT. Angkasa Pura II (Persero) Bandung memiliki tujuan untuk meningkatkan posisi bisnis perusahaan serta

dalam rangka meraih pertumbuhan finansial. PT. Angkasa Pura II (Persero) Bandung mengoptimalkan aset, mempelajari peluang usaha baru, dan menciptakan kerjasama berdasarkan kondisi pasar yang berkembang saat ini.

Pengembangan usaha PT. Angkasa Pura II (Persero) Bandung dilakukan dengan menjalin kerjasama dengan unit-unit internal, tim pemasaran, dan pihak lain untuk meningkatkan peluang *sales*. Untuk mencapai hal tersebut, PT. Angkasa Pura II (Persero) Bandung mencari mitra potensial, menciptakan lini pendapatan baru, dan menumbuhkan bisnis secara berkelanjutan. Sehingga *relationship marketing* sangat penting bagi PT. Angkasa Pura II (Persero) Bandung dalam meningkatkan pendapatan pengembangan bisnis.

Salah satu dari bisnis *Non Aeronautical* PT. Angkasa Pura II (Persero) Bandung yang berhubungan langsung dengan mitra usaha yaitu bisnis penyewaan ruang dengan berbagai ketentuan dan perjanjian yang telah ditetapkan oleh perusahaan dengan calon mitra usaha.

Berikut adalah daftar mitra usaha yang melakukan penyewaan ruang di Bandar Udara Husein Sastranegara Bandung:

TABEL 1.1

Daftar Mitra Usaha Sewa Ruang *Non Aeronautical*

No.	Perusahaan	Bidang Usaha	Brand	Lokasi
1.	PT. Herlinah Cipta Pratama	Retail	Dodol Picnic	Curb Side Dom Lt.1
2.	PT. Gapura Angkasa	Ground Handling	Gapura Airport Service	Ground Handling
3.	PT. Sebastian Haganta	Baggage Wrapping Service	Sebastian Haganta	Check In Area In Lt.1
4.	CV. Rheazass Abadi	Reflexology	Tradoel	Boarding Lounge Dom Lt.2

(Bersambung)

(Sambungan)

5.	CV. Mayasari Jaya Sentosa	Retail	Mayasari	Boarding Lounge In Lt.2
6	PT. Batik Keris	Retail	Batik Keris	Boarding Longue Dom Lt.2
7.	CV. Surma Mandiri	F&B	Bakso Lapangan Tembak Senayan	Boarding Longue Dom Lt.2
8.	CV. Boga Bandara	F&B	Excelso	Curb Side Dom Lt. 1
9.	PT. Bogajaya Megah Abadi	F&B	Bangi Kopitiam	Boarding Longue Dom Lt.2
10.	CV. Agung Jaya	Retail	Beard Papa Puffs And Pastry	Boarding Longue Dom Lt.2
11.	PT. Harri Eko Tirta Cemerlang	Retail	Alfa Express	Boarding Longue Dom Lt.2
12.	PT. Jas Aerofood Indonesia	Aircraft Service & Maintenance	Jas Aero	Aera Tanah Diperkeras
13.	PT. Pratitha Titian Nusantara	Ground Houndling	Ptn	Ground Handling
14.	PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk	Kantor Kas	Bank Mandiri	Curbside Aera Int
15.	Bank Bjb	Atm	Bjb	Atm Centre Term Dom Lt.1
16.	PT. Aerofood	Aircraft	Aerofood Acs	Perkantoran

(Bersambung)

(Sambungan)

	Indonesia	Catering		
17.	PT. Avia Citra Dirgantara	Ground Handling	Acid	Aera Terminal
18.	PT. Periplus Bookindo	Retail Bookstore	Periplus	Boarding Longue Dom Lt.2
19.	Kantor Admin Airnav	Office	Office	Terminal Internasional
20.	PT. Sekar Ayu Lestari	Retail	Everymart	Boarding Longue Dom Lt.2
21.	PT. Sugih Jaya Makmur	F&B	Masakan Sunda	Teras Festival Dom Lt.2
22.	CV. Berlian Maju Bersama	Retail	Book And Gift	Boarding Longue Dom Lt.2
23.	PT. Kencana Aditya Gemilang	F&B	Kebab Company	Lobby Dom-Ex Oic
24.	PT. Boomee Business Nusantara	Mobile Charger Station	Samsung	Area Boarding Longue Lt.2 Dom
25.	PT. Media Promosi Indonesia	Mobile Charger Station	Vivo	Area Terminal
26.	PT. Keris Gallery	Retail	Int Brand Fashion	Boarding Longue Lt.2 Dom
27.	PT. Pandu Dewata	F&B	Bim Fried Chicken	Teras Festival Dom
28.	PT. Freshklindo Graha Solusi	Vendor Cleaning	Freshklindo Cs	Lobby International

(Bersambung)

(Sambungan)

		Service		
29.	Bank Permata	Atm	Bank Permata	Atm Centre Term Dom Lt.1
30.	PT. Sebastian Citra Indonesia	Retail	Roti O	Ex Mushola Boarding Longue Domestik
31.	PT. Aditya Wijaya Artha	Money Changer	Aiwa	Lobby Int Lt.1
32.	PT. Canara Cahaya Gemilang	F&B	We Tiam Kopi	Lobby Int Lt.1
33.	PT. Canara Coffe Indonesia	F&B	Douwe Egberts	Boarding Longue Int Lt.2
34.	PT. Sarana Prima Budaya Raga	F&B	Jw Longue	Boarding Longue Int Lt.2
35.	PT. Primajaya Pantas Garment	Retail-Fashion	Polo	Boarding Longue Int Lt.2
36.	CV. Mandiri Sukses Pratama	Retail	Circle K	Lobby International
37.	CV. Harapan Jaya	Reatil-Souvenir	Priangan	Check In Area Int Lt.1

Sumber: Data perusahaan PT. Angkasa Pura II Bandung, 2018

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Tinjauan Aktivitas *Relationship Marketing* Pada PT. Angkasa Pura II Bandung Tahun 2018 (Studi Pada Mitra Usaha Sewa Ruang *Non Aeronautical*)”**

1.3 Perumusan Masalah

Permasalahan yang dapat dirumuskan berdasarkan latar belakang diatas, adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan *relationship marketing* pada mitra usaha sewa ruang *non aeronautical* PT. Angkasa Pura II Bandung?
2. Bagaimana upaya PT. Angkasa Pura II Bandung untuk meningkatkan *relationship marketing* dengan para mitra usaha sewa ruang *non aeronautical*?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui penerapan *relationship marketing* pada mitra usaha sewa ruang *non aeronautical* PT. Angkasa Pura II Bandung.
2. Untuk mengetahui upaya PT. Angkasa Pura II Bandung dalam meningkatkan *relationship marketing* dengan para mitra usaha sewa ruang *non aeronautical*.

1.5 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi tiga pihak sekaligus, yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat menjadi masukan bagi PT. Angkasa Pura II Bandung dalam penerapan *relationship marketing* dengan para mitra usaha sewa ruang *Non Aeronautical*.

2. Bagi Institusi

Penelitian ini diharapkan mampu menjelaskan mengenai penerapan *relationship marketing* dan menjadi tambahan penelitian yang berguna sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya.

3. Bagi Peneliti

Penelitian ini adalah salah satu bentuk implementasi dari ilmu-ilmu yang telah didapat selama perkuliahan dan juga menambah ilmu bagi peneliti mengenai *relationship marketing* serta implementasinya di perusahaan.

1.6 Batasan Masalah

Penelitian ini dibatasi dengan beberapa masalah yang akan dibahas. Hal ini digunakan agar pembahasan dalam penelitian tidak terlalu luas dan dapat terarah. Adapun batasan masalah yang dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel yang menjadi fokus pembahasan pada penelitian ini adalah *relationship marketing* pada mitra usaha sewa ruang *non aeronautical*.
2. Mitra usaha yang menjadi objek pembahasan adalah para mitra usaha sewa ruang *non aeronautical* yang bekerja sama dengan PT. Angkasa Pura II Bandung.
3. Periode pelaksanaan penelitian ini mulai dari bulan Januari sampai dengan Mei tahun 2018.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dibuat untuk memberikan gambaran mengenai penelitian yang akan dilakukan di dalam penelitian, yang deskripsinya sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan penjelasan secara umum, ringkas dan padat yang menggambarkan dengan tepat mengenai objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini mengemukakan dengan jelas, ringkas, dan padat tentang hasil kajian kepustakaan yang terkait dengan topik dan variabel penelitian untuk dijadikan dasar bagi penyusunan kerangka pemikiran dan perumusan hipotesis. Kajian kepustakaan bisa mencakup teori-teori yang sudah baku dalam buku teks maupun buku populer atau terapan (jika buku referensi luar terbatas), temuan-temuan terbaru yang ditulis dalam Jurnal yang terpercaya, teori yang didapat dari undang-undang / aturan pemerintah atau kebijakan perusahaan. Hasil kajian tersebut kemudian digunakan

untuk menguraikan kerangka pemikiran yang kemudian menjadi dasar dalam membuat operasional variabel.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menegaskan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang dapat menjawab atau menjelaskan masalah penelitian.

4. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pembahasannya harus diuraikan secara kronologis dan sistematis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian. Sistematika pembahasan ini akan lebih tampak jelas luas cakupan, batas, dan benang merahnya apabila disajikan dalam sub-judul tersendiri.

5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini disajikan penafsiran dan pemaknaan penulis terhadap hasil penelitian yang disajikan dalam bentuk kesimpulan. Kesimpulan merupakan jawaban dari perumusan masalah. Selain itu, peneliti juga memberikan saran yang dirumuskan secara konkrit. Saran merupakan solusi kesimpulan dan berhubungan dengan deskripsi atau eksplorasi dari penelitian. Selain menyentuh aspek praktis, perumusan saran juga harus ada yang ditujukan untuk terapan (aplikasi) keilmuan. Solusi atau rekomendasi ditujukan kepada para pembuat kebijakan dan pengguna hasil penelitian.