

**EVALUASI PENETAPAN HARGA SEWA RUANG PADA AIRLINE DI  
PT. ANGKASA PURA I (PERSERO) CABANG BANDAR UDARA  
INTERNASIONAL ADISUTJIPTO YOGYAKARTA**

**Firda Hidayatullah**

**Abstrak**

Tujuan penelitian ini untuk mengevaluasi penetapan harga sewa ruang pada airline di PT. Angkasa Pura I (Persero) Cabang Bandar Udara Internasional Adisutjipto Yogyakarta. Pemasaran jasa adalah semua tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain pada intinya tidak berwujudan tidak dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang dan jasa. Jenis penelitian yang digunakan penulis menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan menggunakan data primer dan data sekunder sebagai acuan data yang penulis gunakan. Data primer yaitu data yang diperoleh dari orang yang dipandang mengetahui secara rinci dan jelas mengenai fokus penelitian dan data sekunder dalam penelitian ini berupa informasi data yang terdokumentasi oleh perusahaan. Analisis dan pembahasan mengenai bagaimana evaluasi penetapan harga sewa ruang pada airline di PT. Angkasa Pura I (Persero) Cabang Bandar Udara Internasional Adisutjipto Yogyakarta. Kegiatan penelitian ini menggunakan pemasaran jasa, bauran pemasaran jasa, strategi komunikasi pemasaran jasa, harga, tujuan penetapan harga dan faktor penetapan harga. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa evaluasi penetapan harga sewa ruang pada *airline* di PT. Angkasa Pura I (Persero) Cabang Bandar Udara Internasional Adisutjipto Yogyakarta dikatakan sudah sesuai dengan ketetapan perusahaan yaitu menawarkan sewa ruang yang sesuai dengan permintaan konsumen yang berkualitas baik.

**Kata Kunci:** *Penetapan Harga, Sewa Ruang*

F<sub>2</sub> 18/3 '21

**EVALUATION OF RENTAL PRICING ON THE AIRLINE  
AT PT. ANGKASA PURA I (PERSERO),  
ADISUTJIPTO INTERNATIONAL AIRPORT BRANCH YOGYAKARTA**

***Firda Hidayatullah***

***Abstract***

*The purpose of this study is to determine the evaluation of space rental prices on airlines at PT Angkasa Pura I (Persero) Yogyakarta Adisutjipto International Airport Branch. Service marketing is any action or performance that one party can offer to another party which is essentially intangible and does not result in any ownership. Price is a monetary unit or other measure (including other goods and services) that are exchanged in order to obtain ownership rights or use of goods and services. The type of research used by the writer uses descriptive qualitative method using primary data and secondary data as a reference for the data that the author uses. Primary data is data obtained from people who are considered to know in detail and clearly about the focus of research and secondary data in this study in the form of data information documented by the company. Analysis and discussion of how to evaluate space rental prices on airlines at PT Angkasa Pura I (Persero) Yogyakarta Adisutjipto International Airport Branch. This research activity uses service enlargement, service marketing mix, service marketing communication strategies, pricing, pricing objectives and pricing factors. The results of this study indicate that the evaluation of space rental pricing on airlines at PT Angkasa Pura I (Persero) Yogyakarta Adisutjipto International Airport Branch is said to be in accordance with company regulations, namely offering good quality space rental in accordance with consumer demand.*

***Keywords:*** Pricing, Space Rental