

**LOKOMOTIF UAP SEBAGAI IKON AGROWISATA SONDKORO
GUNA MENINGKATKAN JUMLAH PENGUNJUNG**



TUGAS AKHIR

**Diajukan Untuk Memenuhi Syarat-syarat Mencapai Gelar Ahli Madya
Manajemen Pemasaran**

Oleh:

ANIK WIDYASTUTI

F 3206001

PROGRAM STUDI DIPLOMA 3 MANAJEMEN PEMASARAN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS SEBELAS MARET

SURAKARTA

2009

ABSTRAKSI
LOKOMOTIF UAP SEBAGAI IKON AGROWISATA SONDOKORO
GUNA MENINGKATKAN JUMLAH PENGUNJUNG
ANIK WIDYASTUTI
F 3206001

Dalam perkembangan dunia bisnis sekarang, tidak hanya dunia bisnis industri saja yang mengalami persaingan, tetapi jasa pariwisata pun juga ikut mengalami persaingan. Untuk mengatasi persaingan antar perusahaan, perusahaan haruslah melakukan promosi yang tepat dan memberikan citra yang khusus, yang unik, yang berbeda dengan perusahaan lain agar menarik perhatian konsumen. Agrowisata Sondokoro adalah salah satunya, Agrowisata Sondokoro membangun konsep agrowisata sejarah PG yang unik, khas, dan berbeda dari agrowisata lain yang sudah ada di Indonesia. Agrowisata Sondokoro memiliki nilai sejarah dan pendidikan dimana pengunjung dapat mengetahui tentang proses pembuatan gula, mulai dari penanaman tebu hingga penggilingan serta pengepakan gula. Peneliti mengadakan penelitian ini untuk mengetahui gambaran lokomotif uap sebagai ikon Agrowisata Sondokoro yang tujuannya untuk meningkatkan jumlah pengunjung.

Metode pengumpulan data yang digunakan peneliti di Agrowisata Sondokoro dengan metode deskriptif kualitatif, yaitu dengan mengumpulkan, mengolah dan menjelaskan data mengenai lokomotif uap yang ada di Agrowisata Sondokoro. Sampelnya adalah pengunjung yang datang ke Agrowisata Sondokoro tersebut. Data diperoleh melalui wawancara dengan pengunjung tentang lokomotif yang ada di Agrowisata Sondokoro, observasi di lapangan mengenai perilaku pengunjung terhadap lokomotif uap dan dokumentasi-dokumentasi yang ada. Penelitian ini dilakukan pada tanggal 16 Februari 2009 sampai dengan 16 Maret 2009.

Dengan menggunakan lokomotif uap sebagai ikon Agrowisata Sondokoro diharapkan dapat menarik pengunjung, karena lokomotif uap merupakan peninggalan sejarah pada masa Kanjeng Gusti Aryo Adipati Mangkunegaran IV. Agrowisata Sondokoro mempunyai lima belas spoor, terdiri dari sembilan spoor bertenaga uap dan lima bertenaga diesel. Tetapi yang digunakan di Agrowisata Sondokoro baru empat spoor, yaitu spoor gula, spoor teboe, spoor sakarosa dan TM IV. Yang sering beroperasi hanya tiga spoor, yaitu spoor gula, spoor teboe, dan spoor sakarosa. Sedangkan TM IV adalah spoor VIP yang hanya digunakan pada waktu-waktu tertentu saja dan digunakan oleh wisatawan asing dan para pejabat. Rencananya akan diadakan pembaharuan dan penambahan lokomotif lagi. Lokomotif uap digunakan sebagai simbol dari Agrowisata Sondokoro, yaitu terbukti pada papan nama dan pada tiket-tiket di setiap wahananya.

Dari penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa lokomotif uap merupakan ikon Agrowisata Sondokoro dan bertujuan untuk

meningkatkan jumlah pengunjung. Lokomotif uap terlihat jelas pada gambar di setiap tiket wahananya dan merupakan ciri khas dari Pabrik Gula Tasikmadu. Hampir di setiap tempat di Agrowisata Sondokoro itu terdapat lokomotif, sehingga pengunjung mudah menjumpainya. Dari semua keunikan itu, penulis menyarankan agar pihak Agrowisata Sondokoro terus mengembangkan objek agrowisata yang baru ini menjadi lebih maju. Agrowisata Sondokoro perlu menambah lokomotif baru dengan keunikan yang berbeda dan menggunakan spoor TM VI sebagai simbol dalam iklan dan tiket wahana Agrowisata Sondokoro karena spoor TM VI merupakan spoor yang langka di dunia. Dengan hal tersebut, diharapkan dapat meningkatkan minat para wisatawan untuk berkunjung ke Agrowisata Sondokoro. Selain itu, pihak Agrowisata Sondokoro harus terus menjaga kelestarian peninggalan sejarah itu sehingga menjadi objek wisata andalan di daerah Karanganyar dan sekitarnya.

ABSTRACT
STEAM LOCOMOTIVE AS THE ICON OF SONDOKORO
AGROTOURISM TO INCREASE THE NUMBER OF VISITORS
ANIK WIDYASTUTI
F 3206001

In the business realm development currently, not only industrial business encounters competition, but also the tourism service. In order to cope with inter-company competition, the company should make a proper promotion and give a special, unique and distinctive image to attract the consumer's interest. Sondokoro agrotourism is one of examples. It establishes the concept of Sugar Company (PG) history agrotourism that is unique, peculiar and different from other agrotourisms existing in Indonesia. Sondokoro agrotourism has historical and educational values in which the visitors can find out the sugar preparation process, from the sugarcane planting to the milling as well as the sugar packaging. The research was conducted to find out the description of steam locomotive as the icon of Sondokoro agrotourism with the objective of increasing the number of visitors.

Method of collecting data employed was a descriptive qualitative method, that is, by collecting, processing and describing the data about steam locomotive existing in Sondokoro agrotourism. The sample was the visitors coming to Sondokoro agrotourism. The data obtained through interview with visitors about the locomotive existing in Sondokoro agrotourism and field observation on the visitors' behavior toward the steam locomotive and the available documentations. The research was taken place from February 16, 2009 to March 16, 2009.

Using the steam locomotive as the icon of Sondokoro agrotourism is expected to attract the visitors because it is the historical inheritance from Kanjeng Gusti Aryo Adipati Mangkunegaran IV age. Sondokoro agrotourism has fifteen spoors consisting of nine steam-powered spoors and five diesel-powered spoors, but only four of them used in Sondokoro agrotourism: sugar, sugarcane, sucrose, and TM IV spoors. The most frequently operated spoors are three: sugar, sugarcane and sucrose spoors. Meanwhile TM IV is the VIP one that is used only in certain occasions and is used by the foreign tourists and officials. The locomotive updating and addition is being devised. The steam locomotive is used as the symbol of Sondokoro agrotourism; it can be seen in the name plate and ticket in its all vehicles.

From the research, it can be concluded that the steam locomotive is the icon of Sondokoro agrotourism with the objective of increasing the number of visitors. It can be seen clearly in the picture of its all vehicle's tickets and it is the typical characteristic of Tasikmadu Sugar Plant. There are locomotive in almost all areas of Sondokoro Agrotourism, so that the visitors can find it easily. From that uniqueness, the writer recommends the management of Sondokoro Agrotourism to develop this new agrotourism object further. Sondokoro Agrotourism needs to add the new locomotive with different uniqueness and to use the TM VI spoors as the symbol in the advertisement and ticket of Sondokoro agrotourism's vehicles because it is the scarce spoor in the world. As such, it is expected to increase the tourist's interest in visiting the Sondokoro agrotourism.

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan Judul :

**LOKOMOTIF UAP SEBAGAI IKON AGROWISATA SONDKORO
GUNA MENINGKATKAN JUMLAH PENGUNJUNG**

Telah disahkan oleh Tim Penguji Tugas Akhir
Program Studi Diploma 3 Manajemen Pemasaran
Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta

Surakarta, April 2009

Tim Penguji Tugas Akhir

Catur Sugiarto, SE

NIP. 320 700 002

Penguji

Drs. Moch. Amien Gunadi, MP

NIP. 131 569 233

Pembimbing

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan Judul :

**LOKOMOTIF UAP SEBAGAI IKON AGROWISATA SONDKORO
GUNA MENINGKATKAN JUMLAH PENGUNJUNG**

Surakarta, Maret 2009

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Drs. Moch Amien Gunadi, MP

131 569 233

MOTTO

✚ Sesuatu yang belum dikerjakan, sering kali tampak mustahil, kita baru yakin kalau kita telah berhasil melakukannya dengan baik. (Evelyn Underhill)

✚ Hidup adalah perjuangan, jangan pernah berhenti untuk meraih kesuksesan. (Penulis)

✚ Jangan pernah menyerah hanya karena sebuah kegagalan. (Penulis)

✚ Optimisme adalah keyakinan yang menggiring meraih prestasi, tak ada yang bisa kamu lakukan tanpa harapan dan keyakinan. (Hellen Keller)

✚ Ketidaktahuan adalah jalan keberhasilan selama diiringi dengan kepercayaan pada diri sendiri. (Penulis)

PERSEMBAHAN

Tugas Akhir ini dipersembahkan untuk :

1. Allah SWT, atas rahmat, hidayah dan ridhoNYA.
2. Bapak, Ibu dan Adikku yang selalu menyayangi aku.
3. Segenap Keluarga Besar yang selalu berdoa dan memberi dukungan.
4. Dosen-dosen Universitas Sebelas Maret.
5. Kristanti sahabatku sejak kecil.
6. Semua sahabat-sahabat baikku.
7. Almamaterku.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena atas berkat rahmat, hidayah dan ridhoNYA, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan judul **“LOKOMOTIF UAP SEBAGAI IKON AGROWISATA SONDOKORO GUNA MENINGKATKAN JUMLAH PENGUNJUNG”**.

Tugas Akhir ini disusun untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat mencapai gelar Ahli Madya Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini penulis mengalami kesulitan, oleh karena itu penulis menyadari bahwa tanpa bantuan serta dorongan dari berbagai pihak, penyusunan Tugas Akhir ini tidak akan selesai, penulis mengucapkan terima kasih atas segala bentuk bantuannya. Kepada yang terhormat :

1. Dekan Fakultas Ekonomi UNS, Prof. Dr. Bambang Sutopo, M. Com. Ak.
2. Drs. Harmadi, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta.

3. Drs. Moch. Amien Gunadi, MP selaku pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu untuk menyelesaikan penulisan Tugas Akhir ini.
4. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi yang telah membekali ilmu pengetahuan kepada penulis selama ini.
5. Manajer Agrowisata Sondokoro, Ir. Megantoro atas pemberian izin magang.
6. Pak Sinung dan Mas Joko Suwanto yang telah membimbing magang di Agrowisata Sondokoro.
7. Pihak-pihak Agrowisata Sondokoro : Pak Sagi, Pak Naryo, Pak Samiyono, Pak Mariman, Mas Joko Sutrisno, Mas Teri, Mas Irwan, Mas Irawan, Mas Habib dan karyawan-karyawan lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.
8. Bapak, Ibu dan adikku atas kasih sayang dan doanya.
9. Keluarga besarku.
10. Sahabatku kristanti yang sedang jauh disana.
11. Sahabat-sahabatku Dewi, Nisa, Elya dan Uut yang selalu bersama baik suka maupun duka. Terima kasih semuanya.
12. Sahabat-sahabatku b_Q, Indri, Ningsih, Rere, Heni, Etik, Lestari, dan Ike, yang selalu membantu.
13. Teman-teman Manajemen Pemasaran 2006.
14. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna, maka penulis mengharapkan kritik dan saran dari berbagai pihak untuk kesempurnaan penyusunan Tugas Akhir ini.

Surakarta, Maret 2009

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
ABSTRAK.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian.....	3

D. Manfaat Penelitian.....	2
E. Metode Penelitian.....	5

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian Pemasaran.....	8
B. Pengertian Jasa.....	10
C. Pengertian Pariwisata.....	11
D. Sejarah Lokomotif.....	14
E. Pengertian Perilaku Konsumen.....	18
F. Pengertian Promotion mix.....	19
G. Kerangka Pemikiran.....	22

BAB III PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan.....	24
B. Laporan Magang.....	34
C. Pembahasan.....	35

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan.....	47
B. Saran.....	48

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran.....	9
Gambar 2.1 Sistem Pemasaran Sederhana.....	22
Gambar 3.1 Susunan Organisasi Agrowisata Sondokoro	30

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Daftar Karyawan Agrowisata Sondokoro.....	33
Tabel 3.2 Tarif Tiket Masuk Wahana Agrowisata Sondokoro.....	42
Tabel 3.3 Rekapitulasi Pengunjung Agrowisata Sondokoro Tahun 2008.....	44
Tabel 3.4 Rekapitulasi Pengunjung Agrowisata Sondokoro Tahun 2009.....	45

DAFTAR LAMPIRAN

GAMBAR LOKOMOTIF UAP

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi sekarang ini, manajemen harus mampu mengelola perusahaan dengan baik, khususnya di bidang pemasaran. Globalisasi merupakan realita yang harus dihadapi oleh seluruh pangsa pasar, termasuk bisnis jasa terutama travel, penginapan, restoran, hiburan, komunikasi, kesehatan, keuangan dan pariwisata. Dari pariwisata salah satunya adalah Agrowisata Sondokoro. Semakin banyaknya tempat wisata yang ada di Kabupaten Karanganyar, memaksa Agrowisata Sondokoro untuk memaksimalkan strateginya dalam usaha mempertahankan atau meningkatkan jumlah pengunjung agar dapat bersaing dengan objek wisata lainnya.

Lahirnya Agrowisata Sondokoro memang tidak lepas dari semakin mundurnya industri produksi gula nasional. Oleh karena itu, Pabrik Gula Tasikmadu melakukan diversifikasi dengan cara mendirikan Agrowisata

Sondokoro. Awal berdirinya Agrowisata Sondokoro berdasarkan pada potensi yang dimiliki oleh Pabrik Gula Tasikmadu. Pabrik Gula Tasikmadu memiliki lahan yang luas, pohon-pohon tua yang berusia ratusan tahun, benda-benda bernilai dan benda-benda sejarah yang berasal dari peninggalan KGPAA Mangkunegaran IV. Aset peninggalan di zaman kolonial ini sangat potensial, dan ini tidak akan disia-siakan oleh PG Tasikmadu. Proses pengembangan konsep agrowisata *edutainment* ini bertujuan agar generasi muda mengetahui sejarah PG Tasikmadu yang didirikan KGPAA Mangkunegara IV.

Awal mulanya, Agrowisata Sondokoro hanya menawarkan spoor teboe yang digunakan untuk mengangkut tebu pada peninggalan zaman Belanda. Kemudian Agrowisata Sondokoro berkembang dengan berbagai fasilitas, seperti sri widowati, motor listrik, spoor teboe, spoor gula, spoor sakarosa, flying fox, jembatan gantung, taman air, dunia kreasi, *rock climbing*, air cerdas, wisata pabrik gula, pindusita, graha sondokoro, ruang *meeting*, lapangan tennis, *live music*, peninggalan KGPAA Mangkunegaran IV, griya resto sondokoro, taman bermain anak, monumen giling, agro sehat, perpustakaan dan aneka *souvenir*.

Namun, Agrowisata Sondokoro menfokuskan bidang pariwisata ini pada lokomotifnya. Lokomotif uap yang sebagian rusak diaktifkan kembali sebagai wisata spoor teboe, ini adalah produk unggulan dari wisata sondokoro yang dikemas dengan nuansa kuno atau tempo dulu. Sampai sekarang loko-loko itu masih terawat baik dan masih dioperasikan untuk mengangkut tebu dari tempat penimbangan menuju tempat

penggilingan. Dan sekarang ini, kegiatan tersebut digunakan sebagai salah satu wahana wisata di Agrowisata Sondokoro. Sedangkan lokomotif yang tidak dapat dioperasikan, digunakan untuk pajangan di area Agrowisata Sondokoro. Agrowisata Sondokoro memiliki lima belas spoor yang terdiri dari sembilan spoor bertenaga uap dan lima spoor bertenaga diesel. Agrowisata Sondokoro memiliki TM (Tasikmadoe) VI, di dunia hanya ada dua, salah satunya di Norwegia. TM (Tasikmadoe) VI dibuat di Orenstein & Koppel, Nowaves, Berlin, Germany pada tahun 1929. TM (Tasikmadoe) VI merupakan spoor VIP, yang hanya untuk melayani wisatawan luar negeri atau pejabat yang ingin menikmati kendaraan besi tua itu. Spoor yang sering dipergunakan adalah spoor bertenaga uap. Spoor bertenaga uap itu bekerjanya masih seperti layaknya kereta api di zaman dahulu dengan bahan bakar kayu untuk menghasilkan uap. Lokomotif merupakan ciri khas peninggalan sejarah yang dimiliki oleh Pabrik Gula Tasikmadu yang dikembangkan melalui Agrowisata Sondokoro. Lokomotif uap digunakan pada gambar tiket di setiap wahana, logo dalam penulisannya, dan lokomotif dipajang di tempat-tempat tertentu di Agrowisata Sondokoro tersebut.

Maka penulis, tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul :

**“LOKOMOTIF UAP SEBAGAI IKON AGROWISATA SONDOKORO
GUNA MENINGKATKAN JUMLAH PENGUNJUNG”**

B. Rumusan Masalah

Melihat fenomena yang ada di Agrowisata Sondokoro, dan berdasarkan kejadian yang terjadi. Maka rumusan masalahnya adalah :

1. Apakah latar belakang lokomotif uap dijadikan sebagai ikon Agrowisata Sondokoro?
2. Seberapa jauh lokomotif uap diaplikasikan Agrowisata Sondokoro untuk meningkatkan jumlah pengunjung?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian di Agrowisata Sondokoro bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui latar belakang lokomotif uap dijadikan sebagai ikon Agrowisata Sondokoro.
2. Untuk mengetahui gambaran aplikasi lokomotif uap sebagai ikon Agrowisata Sondokoro untuk meningkatkan jumlah pengunjung.

D. Manfaat Penelitian

a. Bagi Peneliti

Memperluas wawasan penulis terhadap fenomena yang terjadi dalam bidang pemasaran. Serta mengembangkan teori-teori yang didapat selama masa perkuliahan untuk diterapkan dalam dunia nyata.

b. Bagi Perusahaan

Memberikan saran atau masukan kepada perusahaan dan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan perusahaan

khususnya di bidang pemasaran.

c. Bagi Pihak lain

Untuk menambah pengetahuan bagi pihak-pihak yang tertarik dengan bidang ini dan dapat menambah informasi dan referensi agar bermanfaat bagi penelitian-penelitian selanjutnya

E. Metode Penelitian

1.) Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif, yang memfokuskan pada jawaban atas pertanyaan siapa, kapan, apa, dimana, dan bagaimana. Studi ini menunjukkan bahwa peneliti sudah mengetahui hubungan yang terdapat dalam area permasalahannya. Pabrik Gula Tasikmadu mempunyai asset yang banyak, seperti lahan yang luas, pohon-pohon tua yang berusia ratusan tahun dan benda-benda peninggalan sejarah dari Kanjeng Gusti Aryo Adipati Mangkunegara IV. Dengan didirikannya Agrowisata Sondokoro diharapkan masyarakat dapat mengingat kembali sejarah masa lalu sehingga dapat ikut serta melestarikannya

Gambar lokomotif uap digunakan pada setiap tiket wahana Agrowisata Sondokoro dan lokomotif yang sudah tidak terpakai dipajang di tempat-tempat tertentu di area yang masih kosong, sehingga pengunjung dapat mengetahui jenis-jenis lokomotif uap yang ada. Dengan

lokomotif, pengunjung dapat mengelilingi area Pabrik Gula Tasikmadu dan dapat melihat proses pembuatan gula. Ini juga merupakan sebagai sarana edukasi bagi pengunjung.

2.) Objek Penelitian

Yang menjadi objek penelitiannya adalah Agrowisata Sondokoro yang terletak di desa Ngijo, kecamatan Tasikmadu kabupaten Karanganyar. Dahulunya wilayah tersebut bernama Desa Sondokoro. Sesuai dengan tujuan peneliti yaitu mengetahui gambaran tentang lokomotif uap sebagai ikon Agrowisata Sondokoro untuk meningkatkan jumlah pengunjung.

3.) Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian di Agrowisata Sondokoro datanya berasal dari data sekunder yaitu data internal berdasarkan base perusahaan yang dimiliki oleh Agrowisata Sondokoro sedangkan data eksternalnya berdasarkan pencarian artikel, brosur, buku, internet dan lain-lain.

4.) Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Pengumpulan data dengan cara melakukan tanya jawab dengan pengunjung untuk mendapatkan informasi-informasi yang relevan tentang keadaan yang ada di Agrowisata Sondokoro.

b. Observasi

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan melakukan pengamatan secara langsung di Agrowisata Sondokoro mengenai hal-hal yang bersangkutan dengan data yang diperlukan dalam obyek penelitian.

c. Studi Pustaka

Pengumpulan data berasal dari buku-buku dan data-data yang dimiliki oleh pihak Agrowisata Sondokoro.

5.) Teknik Pembahasan

Dalam penelitian di Agrowisata Sondokoro, peneliti melakukan pengamatan deskriptif yaitu secara langsung di lapangan. Mengamati jenis-jenis lokomotif apa saja yang ada disana, baik yang beroperasi maupun yang hanya sebagai pajangan saja. Selain itu pengamatan juga dilakukan pada jalur atau rute masing-masing spoor. Kemudian didokumentasikan dengan kamera.

Penelitian tidak hanya dilakukan pada lokomotif saja, melainkan pada semua wahana yang ada di Agrowisata Sondokoro itu. Agrowisata Sondokoro tidak hanya untuk hiburan saja tetapi juga sebagai sarana edukasi, tantangan mental dan kesehatan.

Masing-masing wahana Agrowisata Sondokoro mempunyai nilai, seperti pendidikan yaitu pengetahuan tentang proses pembuatan tebu menjadi gula, flying fox sebagai wisata tantangan untuk melatih mental, refleksi untuk membantu merefleksikan kesehatan badan, kolam renang dengan berbagai tantangan yang memberikan keceriaan dan kesegaran keluarga, jembatan gantung juga sebagai wisata tantangan dengan

berjalan melalui jembatan yang menghubungkan dari pohon dan pohon, sarana olahraga untuk kesehatan, area lalu lintas yang mengajarkan pendidikan dengan memahami peraturan dan rambu-rambu lalu lintas di jalan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian Pemasaran

Menurut William J. Stanton, pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

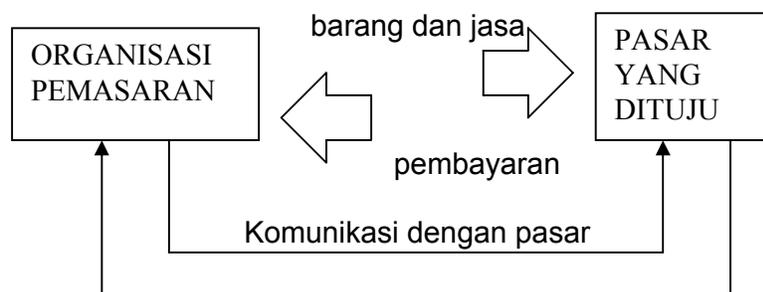
Menurut Kotler (2000), manajemen pemasaran adalah penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan program-program yang ditujukan untuk mengadakan pertukaran dengan pasar yang dituju dengan maksud untuk mencapai tujuan organisasi. Hal ini sangat tergantung pada penawaran organisasi dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar tersebut serta menentukan harga, mengadakan komunikasi, dan distribusi yang efektif untuk memberitahu, mendorong, serta melayani pasar.

Konsep pemasaran adalah sebuah falsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan. Tujuan konsep pemasaran adalah memberikan kepuasan terhadap keinginan dan kebutuhan pembeli atau konsumen. Penerapan konsep pemasaran sangat potensial untuk perusahaan-perusahaan yang beroperasi tanpa berpedoman pada prinsip pemuas pembeli. Penggunaan konsep pemasaran menggunakan tiga elemen pokok, yaitu :

1. Orientasi konsumen atau pasar atau pembeli.
2. Volume penjualan yang menguntungkan.
3. Koordinasi dan integrasi seluruh kegiatan pemasaran dalam perusahaan.

Sistem pemasaran adalah kumpulan lembaga-lembaga yang melakukan tugas pemasaran, barang, jasa, ide, orang dan faktor-faktor lingkungan yang saling memberikan pengaruh, dan membentuk serta mempengaruhi hubungan perusahaan dengan pasarnya. Sistem pemasaran terdiri dari dua elemen yang berinteraksi, yaitu :

1. Organisasi pemasaran (perusahaan)
2. Pasar yang dituju



Umpan balik : informasi

Gambar 2.1

Sistem pemasaran yang sederhana

Perusahaan mendistribusikan barang atau jasa kepada konsumen, kemudian mendapatkan pembayaran dari konsumen sebagai imbalannya. Alirannya adalah aliran informasi. Perusahaan menggunakan tenaga penjualan atau periklanan untuk mengadakan komunikasi dengan pasar.

B. Pengertian Jasa

Menurut Kotler (1994) mendefinisikan jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Karakteristik jasa dan klasifikasi jasa menurut Griffin (1996) adalah sebagai berikut :

- Intangibility

Jasa tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar, atau dicium sebelum jasa itu dibeli. Nilai pentingnya bahwa jasa dialami konsumen dalam bentuk kenikmatan, kepuasan atau rasa aman.

- Unstorability

Jasa tidak mengenal persediaan atau penyimpanan dari produk yang dihasilkan. Karakteristiknya, jasa ini tidak dapat dipisahkan

mengingat jasa pada umumnya dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan.

- Customization

Jasa didesain khusus untuk kebutuhan pelanggan, seperti pada jasa asuransi dan kesehatan.

Jenis data berdasarkan tingkat kontak konsumen, yaitu :

1. *High-contact system*

Konsumen menerima langsung jasa, karena konsumen merupakan bagian dari sistem. Misalnya pada pendidikan, rumah sakit dan transportasi.

2. *Low - contact system*

Konsumen tidak perlu menjadi bagian dari sistem untuk menerima jasa. Misalnya jasa reparasi mobil dan jasa perbankan.

Faktor-faktor yang menjadi kunci sukses jasa adalah :

1. Memperbaharui jasa yang ditawarkan
2. Melokalisasi *system point of service*
3. Menyelenggarakan kontrak layanan sebagai hambatan larinya konsumen
4. Menggunakan kekuatan informasi
5. Menentukan nilai strategis jasa pada konsumen

C. Pengertian Pariwisata

Beberapa definisi tentang pariwisata dari berbagai ahli :

1. Pariwisata adalah salah satu industri baru yang mampu menghasilkan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam penyediaan lapangan kerja, peningkatan penghasilan, standar hidup serta menstimulasi sektor-sektor produktivitas lainnya. Robert Mc. Intosh and Shashikant Gupta mengatakan bahwa “pariwisata merupakan gabungan gejala dan hubungan timbul dari interaksi wisatawan, bisnis, pemerintah, tuan rumah, serta masyarakat tuan rumah dalam proses menarik dan melayani wisatawan”. (wahab, 1996). E. Guyer-Flueller, dalam bukunya “Hanbunch das Scheweizerischen Volkawirtschaft” merumuskan pariwisata dalam arti modern adalah pariwisata merupakan gejala zaman sekarang yang didasarkan atas kebutuhan kesehatan pergantian hawa, penilaian yang sadar dan menumbuhkan pada keindahan alam, kesenangan dan kenikmatan alam semesta, dan khususnya disebabkan oleh bertambahnya pergaulan bangsa dan kelas dalam masyarakat manusia sebagai hasil perkembangan perniagaan, industri serta penyempurnaan alat-alat pengangkut. (Pendit, 1999)

2. Pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu, yan diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat yang lain, dengan maksud bukan untuk berusaha (business) atau mencari nafkah ditempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut guna bertamasya dan berekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam (Yoeti, 2001)

3. Pariwisata adalah segala kegiatan dalam masyarakat yang berhubungan dengan wisatawan. Sedangkan semua kegiatan yang

dilakukan untuk mendatangkan para wisatawan, seperti pembangunan hotel, pemugaran obyek budaya, pembuatan pusat rekreasi, penyelenggaraan peran pariwisata, penyediaan angkutan dan lain sebagainya, semua ini disebut kegiatan kepariwisataan. (Soekadijo, 1996)

Dari pendapat-pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan sementara waktu, dari satu tempat ke tempat lain yang dilakukan sebagai suatu rekreasi untuk mendapatkan kepuasan.

Menurut H. Aryanto Tjokronegoro (dalam Yoeti, 2001), jenis pariwisata yang diadakan di Indonesia antara lain :

a. *Pleasure tourism*, yaitu pariwisata untuk menikmati suasana segar, mengendorkan ketegangan syaraf, menikmati keindahan alam, dan memuaskan keinginan tentang tempat-tempat baru dan berbeda dengan lingkungan sendiri.

b. *Recreational tourism*, adalah pariwisata untuk memanfaatkan hari-hari libur untuk memulihkan kesehatan jasmani dan rohani, biasanya mereka tinggal ditempat-tempat yang dipandang dapat memenuhi tuntutan dan tujuannya.

c. *Sport tourism*, adalah pariwisata untuk menonton big sport event maupun untuk berlatih atau untuk mempraktekkan sendiri kegiatan olahraga itu sendiri.

d. *Bussines tourism*, adalah pariwisata yang dilakukan oleh kaum pengusaha, disela-sela kegiatan bisnisnya, mereka juga sering berperilaku seperti wisatawan.

e. *Convention tourism*, adalah pariwisata yang berkaitan dengan penyelenggaraan suatu seminar atau konferensi nasional.

f. *Culture tourism*, adalah pariwisata yang berkaitan dengan kebudayaan seperti mempelajari adat istiadat, cara hidup masyarakat tertentu, mengunjungi monumen bersejarah dan peninggalan purbakala.

Obyek wisata dalam UU No. 9 tahun 1990 tentang kepariwisataan menyebutkan obyek wisata adalah segala sesuatu yang menjadi sasaran wisata. Selanjutnya, obyek wisata menurut UU No. 9 tahun 1990 terdiri atas :

a. Obyek wisata dalam daya tarik wisata ciptaan Tuhan Yang Maha Esa, yang terwujud keadaan alam serta flora dan fauna.

b. Obyek wisata dan daya tarik wisata hasil karya manusia yang berwujud museum peninggalan sejarah, seni budaya, wisata agro, wisata tirta, wisata petualangan, taman rekreasi dan tempat hiburan.

Pengertian obyek wisata adalah bermacam-macam hal yang dapat dilihat, disaksikan, dilakukan dan dirasakan (Yoeti, 2001)

Pengertian industri pariwisata menurut R. S Darmajati (dalam Sihite, 2000) adalah rangkuman dari berbagai macam usaha yang bersama-sama menghasilkan produk atau jasa atau layanan yang nantinya baik secara langsung maupun tidak langsung akan dibutuhkan oleh wisatawan selama perjalanan.

D. Sejarah Lokomotif Uap

1. Sejarah kereta api

Sejarah perkeretaapian sama seperti sejarah alat transportasi umumnya yang diawali dengan penemuan roda. Mulanya dikenal kereta kuda yang hanya terdiri dari satu kereta (rangkaian), kemudian dibuatlah kereta kuda yang menarik lebih dari satu rangkaian serta berjalan di jalur tertentu yang terbuat dari besi (rel) dan dinamakan trem. Ini digunakan khususnya di daerah pertambangan tempat terdapat lori yang dirangkaikan dan ditarik dengan tenaga kuda.

Setelah James Watt menemukan mesin uap, Nicolas Cugnot membuat kendaraan beroda tiga berbahan bakar uap. Orang-orang menyebut kendaraan itu sebagai kuda besi. Kemudian Richard Trevithick membuat mesin lokomotif yang dirangkaikan dengan kereta dan memanfaatkannya pada pertunjukan di depan masyarakat umum. George Stephenson Liverpool-Manchester. Waktu itu lokomotif uap yang digunakan berkonstruksi belalang. Penyempurnaan demi penyempurnaan dilakukan untuk mendapatkan lokomotif uap yang lebih efektif, berdaya besar, dan mampu menarik kereta lebih banyak. menyempurnakan lokomotif yang memenangi perlombaan balap lokomotif dan digunakan di jalur.

2. Sejarah Perkeretaapian Indonesia

Sejarah perkeretaapian di Indonesia diawali dengan pencangkulan pertama pembangunan jalan kereta api di desa Kemijen, Jum'at tanggal 17 Juni 1864, oleh Gubernur Jenderal Hindia Belanda, Mr. L.A.J Baron Sloet van den Beele. Pembangunan diprakarsai oleh "Naamlooze

Venootschap Nederlandsch Indische Spoorweg Maatschappij" (NV. NISM) yang dipimpin oleh Ir. J.P de Bordes dari Kemijen menuju desa Tanggung (26 Km) dengan lebar sepur 1435 mm. Ruas jalan ini dibuka untuk angkutan umum pada hari Sabtu, 10 Agustus 1867. Keberhasilan swasta, NV. NISM membangun jalan KA antara Kemijen-Tanggung, yang kemudian pada tanggal 10 Februari 1870 dapat menghubungkan kota Semarang - Surakarta (110 Km), akhirnya mendorong minat investor untuk membangun jalan KA di daerah lainnya. Tidak mengherankan, kalau pertumbuhan panjang jalan rel antara 1864 - 1900 tumbuh dengan pesat. Kalau tahun 1867 baru 25 km, tahun 1870 menjadi 110 km, tahun 1880 mencapai 405 km, tahun 1890 menjadi 1.427 km dan pada tahun 1900 menjadi 3.338 km.

Selain di Jawa, pembangunan rel KA juga dilakukan di Aceh (1874), Sumatera Utara (1886), Sumatera Barat (1891), (1914), bahkan tahun 1922 di Sulawesi juga telah dibangun jalan KA sepanjang 47 Km antara Makasar-Takalar, yang pengoperasiannya dilakukan tanggal 1 Juli 1923, sisanya Ujungpandang-Maros belum sempat diselesaikan. Sedangkan di Kalimantan, meskipun belum sempat dibangun, studi jalan KA Pontianak - Sambas (220 Km) sudah diselesaikan. Demikian juga di pulau Bali dan Lombok, juga pernah dilakukan studi pembangunan jalan KA.

Sampai dengan tahun 1939, panjang jalan KA di Indonesia mencapai 6.811 km. Tetapi, pada tahun 1950 panjangnya berkurang menjadi 5.910 km, kurang lebih 901 km raib, yang diperkirakan karena

dibongkar semasa pendudukan Jepang dan diangkut ke Burma untuk pembangunan jalan KA disana.

Jenis jalan rel KA di Indonesia dibedakan dengan lebar sepur 1.067 mm; 750 mm (di Aceh) dan 600 mm di beberapa lintas cabang dan tram kota. Jalan rel yang dibongkar semasa pendudukan Jepang (1942 - 1943) sepanjang 473 km, sedangkan jalan KA yang dibangun semasa pendudukan Jepang adalah 83 km antara Bayah - Cikara dan 220 km antara Muaro - Pekanbaru. Ironisnya, dengan teknologi yang seadanya, jalan KA Muaro - Pekanbaru diprogramkan selesai pembangunannya selama 15 bulan yang memperkerjakan 27.500 orang, 25.000 diantaranya adalah Romusha. Jalan yang melintasi rawa-rawa, perbukitan, serta sungai yang deras arusnya ini, banyak menelan korban yang makamnya bertebaran sepanjang Muaro Pekanbaru.

Setelah kemerdekaan Indonesia diproklamirkan pada tanggal 17 Agustus 1945, karyawan KA yang tergabung dalam "Angkatan Moeda Kereta Api" (AMKA) mengambil alih kekuasaan perkeretaapian dari pihak Jepang. Peristiwa bersejarah yang terjadi pada tanggal 28 September 1945, pembacaan pernyataan sikap oleh Ismangil dan sejumlah anggota AMKA lainnya, menegaskan bahwa mulai tanggal 28 September 1945 kekuasaan perkeretaapian berada ditangan bangsa Indonesia. Orang Jepang tidak diperkenankan lagi campur tangan dengan urusan perkeretaapian di Indonesia. Inilah yang melandasi ditetapkannya 28 September 1945 sebagai Hari Kereta Api di Indonesia, serta dibentuknya "Djawatan Kereta Api Republik Indonesia" (DKARI).

Perusahaan Negara Kereta Api (PNKA) namanya diubah sejak tanggal 15 September 1971 menjadi Perusahaan Jawatan Kereta Api (PJKA). Pada tanggal 2 Januari 1991, PJKA diubah menjadi Perusahaan Umum Kereta Api (Perumka), dan sejak tanggal 1 Juni 1999 menjadi PT Kereta Api Indonesia (Persero).

Tenaga lokomotif uap berasal dari air yang ditempatkan pada tempat besar yang sering disebut ketel, air direbus dengan kayu bakar, kemudian menghasilkan uap dan uap tersebut menggerakkan roda kereta, sehingga kereta dapat berjalan.

E. Pengertian Perilaku Konsumen

Menurut Drs. Basu Swastha Dharmmestha (1999) dalam Manajemen Pemasaran tentang Analisa Perilaku Konsumen menyebutkan bahwa konsumen membeli barang dan jasa adalah untuk memuaskan berbagai keinginan dan kebutuhan. Barang dan jasa itu sendiri tidaklah sepenting kebutuhan dan keinginan manusia yang dipenuhinya, melainkan karena barang-barang tersebut dianggap dapat memenuhi kebutuhan yang diinginkannya. Jadi, yang dibeli konsumen bukanlah barangnya sendiri, tetapi kegunaan yang dapat diberikan barang tersebut, atau dengan kata lain, kemampuan barang tersebut untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan.

Ada beberapa macam definisi spesifik mengenai perilaku konsumen, diantaranya sebagai berikut:

Perilaku konsumen adalah aktivitas-aktivitas individu dalam pencarian, pengevaluasian, pemerolehan, pengonsumsi, dan penghentian pemakaian barang dan jasa (Craig-Lee, Joy&Browne, 1995 dalam bukunya Fandy Tjiptono, 2004).

Perilaku konsumen adalah studi mengenai proses-proses yang terjadi saat individu atau kelompok menyeleksi, membeli, menggunakan, atau menghentikan pemakaian produk, jasa, ide, atau pengalaman dalam rangka memuaskan keinginan dan hasrat tertentu. (Solomon, 1999 dalam bukunya Fandy Tjiptono, 2004).

Perilaku Konsumen adalah perilaku yang ditunjukkan oleh konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghentikan konsumsi produk, jasa, dan gagasan" (Schiffman & Kanuk, 2000 dalam bukunya Fandy Tjiptono, 2004).

Beberapa implikasi penting dari perilaku konsumen bagi arah kebijakan pemasaran adalah sebagai berikut:

- Mendefinisikan dan mensegmentasi pasar
- Menentukan kebutuhan dan keinginan dari segmen pasar
- Mengembangkan strategi yang didasarkan pada kebutuhan, sikap dan persepsi konsumen
- Mengevaluasi strategi pemasaran
- Menilai perilaku konsumen di masa yang akan datang.

F. Pengertian Promotion mix

Promotion mix adalah kombinasi strategi yang paling baik dari variable-variabel periklanan, personal selling, dan alat promosi yang lain, yang semuanya direncanakan untuk mencapai tujuan program penjualan. Variabel-variabel yang ada dalam promotion mix ada empat, yaitu :

1. Periklanan

Adalah bentuk presentasi dan promosi non pribadi tentang ide, barang, dan jasa yang dibayar oleh sponsor tertentu. Komunikasi dilakukan menggunakan media massa seperti : radio, televisi, surat kabar, majalah, surat pos, papan nama, dan sebagainya.

2. Personal selling

Adalah presentasi lisan dalam suatu percakapan dengan calon pembeli atau lebih yang ditujukan untuk menciptakan penjualan. *Personal selling* terjadi interaksi secara langsung, saling bertemu muka antara penjual dan pembeli. Penyampaian informasi dilakukan fleksibel, karena dapat menyesuaikan dengan situasi yang ada.

3. Publisitas

Adalah pendorongan permintaan secara non pribadi untuk suatu produk, jasa, atau ide dengan menggunakan berita komersial di dalam media massa dan sponsor tidak dibebani sejumlah bayaran secara langsung. Perusahaan berusaha mengadakan hubungan dengan yang menguntungkan dengan masyarakat dengan membuat berita komersial dalam media, seperti berita, bukan berupa iklan.

4. Promosi penjualan

Adalah kegiatan pemasaran selain personal selling, periklanan, dan publisitas yang mendorong pembelian konsumen dan efektivitas pengecer. Kegiatan-kegiatan tersebut antara lain : peragaan, pertunjukan dan pameran, demonstrasi, dan sebagainya. Promosi penjualan juga lebih fleksibel karena dapat dilakukan setiap saat dengan biaya yang tersedia dan dimana saja.

Tujuan promosi antara lain :

1. Modifikasi Tingkah Laku

Berusaha mengubah tingkah laku dan memperkuat tingkah laku yang ada, penjual selalu berusaha menciptakan kesan baik tentang dirinya atau mendorong pembelian barang dan jasa perusahaan.

2. Memberitahu

Promosi ditujukan untuk memberitahu pasar yang dituju tentang penawaran perusahaan, yang bersifat informatif kepada konsumen.

3. Membujuk

Promosi bersifat persuasif, yang diarahkan untuk mendorong pembelian. Promosi bersifat persuasif ini dominan jika produk mulai memasuki tahap pertumbuhan di dalam siklus kehidupan produk.

4. Mengingat

Promosi dilakukan untuk mempertahankan merk produk dan dilakukan selama tahap kedewasaan dalam siklus kehidupan produk.

Faktor-faktor yang mempengaruhi penentuan kombinasi terbaik dari variabel-variabel protion mix adalah :

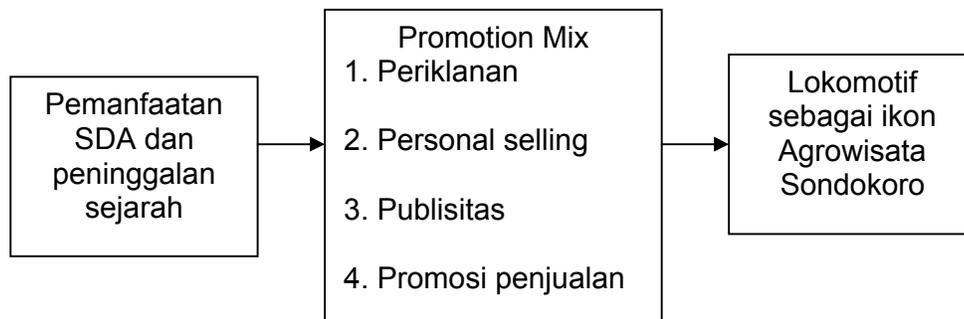
- Besarnya dana yang digunakan untuk promosi

- Sifat pasar
- Jenis produk yang dipromosikan
- Tahap-tahap dalam siklus kehidupan barang

Pelaksanaan rencana promosi melibatkan beberapa tahap, yaitu :

1. menentukan tujuan
2. mengidentifikasi pasar yang dituju
3. menyusun anggaran
4. memilih berita
5. menentukan promotional mix
6. memilih media mix
7. mengukur efektivitas
8. mengendalikan dan memodifikasikan kampanye promosi.

G. Kerangka Pemikiran



Gambar 2.2

KERANGKA PEMIKIRAN

Keterangan :

Dari kerangka pemikiran tersebut dapat dijelaskan bahwa berdasarkan potensi yang dimiliki oleh Pabrik Gula Tasikmadu yaitu benda-benda peninggalan sejarah seperti lokomotif, stomwals, bendi, kremon dan lain-lain. Ditambah potensi lahan yang luas dan pohon-pohon tua yang berusia ratusan tahun itu menjadi daya dukung Pabrik Gula Tasikmadu untuk mendirikan Agrowisata Sondokoro. Untuk mengembangkan Agrowisata Sondokoro maka diperlukan promotion mix yang tepat berupa periklanan, personal selling, publisitas dan promosi penjualan. Dengan promotion mix yang baik tersebut, akhirnya Agrowisata Sondokoro berkembang pesat hingga dikunjungi berbagai wisatawan domestik dan mancanegara. Dari berbagai wahana yang ada di Agrowisata Sondokoro pengunjung sangat tertarik dengan lokomotif. Sehingga dapat dikatakan bahwa lokomotif uap menjadi ikon Agrowisata Sondokoro untuk meningkatkan jumlah pengunjung.

BAB III

PEMBAHASAN

A. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

1. Sejarah dan perkembangan perusahaan

Awal dibangunnya Agrowisata Sondokoro didukung adanya benda peninggalan-peninggalan sejarah pada zaman KGPAA Mangkunegara IV dan lahan yang cukup luas di Pabrik Gula Tasikmadu. Obyek wisata Agrowisata Sondokoro didirikan pada tanggal 18 Desember 2005 oleh Bapak Administratur Hanung Trihutomo, ST, MM. Awal dibukanya Agrowisata Sondokoro dengan menyewakan spoor teboe kepada masyarakat dan dibukanya Griya Resto yang menyediakan menu berbagai jenis masakan ikan.

Dahulu kompleks Pabrik Gula Tasikmadu hanya sebagai taman berupa lahan kosong yang kurang terawat, yang rimbun dengan pepohonan yang berusia ratusan tahun. Kemudian pada awal tahun 2005 Pabrik Gula Tasikmadu mencoba melakukan diversifikasi perusahaan dengan merealisasikan Agrowisata Sondokoro tersebut yang unik, dengan nuansa tempo doeloe.

Pabrik Gula Tasikmadu didirikan oleh KGPAA Mangkunegara IV, beliau raja dari kerajaan Mangkunegaran Surakarta. Pertama kali beliau mendirikan Pabrik Gula Colomadu yang terletak di Desa Malangjiwan, Kecamatan Colomadu Kabupaten Karanganyar pada tahun 1861. sepuluh tahun kemudian, KGPAA Mangkunegara IV mendirikan Pabrik Gula Tasikmadu yang terletak di desa Sondokoro (nama awal tasikmadu dahulu). Sekarang bernama Desa Ngijo, Kecamatan Tasikmadu, Kabupaten Karanganyar, Provinsi Jawa Tengah.

Luas Agrowisata Sondokoro ± 22 Ha. Letak Agrowisata Sondokoro termasuk terletak di kawasan pariwisata, diantaranya kawasan wisata Tawangmangu, Candi Cetho, Candi Suku, Parang ijo dan yang lain-lain. Objek wisata tersebut tidak memiliki benda-benda peninggalan sejarah yang terdapat pada Pabrik Gula. Sekarang Agrowisata Sondokoro memiliki banyak fasilitas, seperti sri widowati, motor listrik, spoor teboe, spoor gula, spoor sakarosa, flying fox, jembatan gantung, taman air, dunia kreasi, *rock clumbing*, air cerdas, wisata pabrik gula, pindusita, graha sondokoro, ruang *meeting*, lapangan tennis, *live music*, peninggalan KGPAA Mangkunegaran IV, griya resto sondokoro, taman bermain anak,

monumen giling, bursa tanaman hias, perpustakaan dan aneka *souvenir*. Dari semua wahana tersebut, yang paling ditonjolkan oleh Agrowisata Sondokoro adalah spoor.

Sejarah Agrowisata Sondokoro berasal dari zaman sebelum didirikannya Pabrik Gula Tasikmadu. Menurut legenda, dahulu terdapat Padepokan Padas Plapar yang mempunyai beberapa murid. Diantara murid-murid tersebut ada yang berilmu tinggi, yaitu Sondo yang sering disebut kyai Sondong dan Koro. Setelah lulus dan meninggalkan padepokan tersebut, mereka berdua kembali ke desa asalnya sendiri-sendiri.

Kemudian ada seorang Tumenggung bernama Joko Lelono yang gemar berburu di hutan. Pada suatu ketika beliau sedang berburu kijang, dan bertemu dengan Kyai Sondo yang mempunyai gadis cantik bernama Sri Widowati, lalu Sang Tumenggung tersebut menyukainya dan berjanji akan membawa Sri Widowati ke Tumenggungannya pada hari Senin Legi.

Pada suatu hari, Tumenggung Joyo Lelono berburu lagi ke hutan dan saat mengejar buruannya, beliau terhalang sungai. Pada saat itu dari kejauhan Tumenggung Joyo Lelono melihat seorang gadis yang dikiranya adalah Sri Widowati. Gadis itupun lari ketakutan dan menceritakannya pada ayahnya, yaitu Kyai Koro. Maka bertemulah Tumenggung Joyo Lelono dengan Kyai Koro. Lalu, Tumenggung Joyo Lelono mengatakan ingin meminang putri Kyai Koro tersebut.

Ternyata, anak Kyai Sondo dan Kyai Koro tersebut telah bersahat lama dan saling bercerita tentang isi hatinya tentang Tumenggung Joyo

Lelono. Kemudian timbul perselisihan sehingga kedua gadis itu mengatakan kepada ayahnya. Kyai Sondo dan Kyai Koro sangat marah mendengar cerita anaknya tersebut. Mereka saling membela anaknya masing-masing, akhirnya terjadi perkelahian besar antara kedua Kyai tersebut selama empat puluh hari, empat puluh malam. Karena ilmu yang mereka miliki sama, maka keduanya tidak ada yang menang dan tidak ada yang kalah. Karena pertempuran tersebut, maka dijadikan cikal bakal Desa "Sondokoro" kemudian diubah oleh KGPAA Mangkunegara IV menjadi Desa "Tasikmadu" karena pabrik yang didirikan KGPAA Mangkunegara IV tersebut disana, beliau berharap hasil gula dari pabrik tersebut akan memproduksi bagaikan danau gula. Yang dapat mencukupi kebutuhan karyawan yang bekerja disana.

Dengan perlahan nama Sondokoro hilang dan lebih dikenal dengan nama Tasikmadu sampai sekarang ini. Maka untuk mengenang sejarah masa lalu itu pengelola Pabrik Gula Tasikmadu menggunakan nama "Sondokoro" sebagai nama obyek wisata. Dengan harapan, masyarakat akan selalu ingat dan mengetahui asal mula Tasikmadu.

Sekarang ini Agrowisata Sondokoro sudah berkembang tiga setengah tahun. Jumlah pengunjungnya semakin bertambah dari tahun ke tahun. Pengunjung Agrowisata Sondokoro tidak hanya wisatawan domestik saja, tetapi wisatawan mancanegara banyak yang datang, seperti wisatawan Inggris, Jerman dan Belanda. Mereka ingin melihat benda-benda peninggalan sejarah yang langka ditemukan di daerah lain itu. Terutama lokomotif-lokomotif yang langka itu.

Agrowisata Sondokoro merupakan perusahaan BUMN, karena agrowisata tersebut salah satu diversifikasi dari Pabrik Gula Tasikmadu dibawah pimpinan manajemen PTP. Nusantara XI. Karena merupakan salah satu perusahaan BUMN, maka Menteri Negara pernah mengadakan kunjungan ke Agrowisata Sondokoro. Dengan adanya Agrowisata Sondokoro diharapkan dapat meningkatkan jumlah pendapatan Pemerintah Kabupaten Karanganyar.

2. Visi, misi, tujuan dan Sasaran

a. Visi

Visi Agrowisata Sondokoro yaitu menjadikan Agrowisata unggulan sebagai bagian dari aktivitas bisnis yang mendukung profitisasi perusahaan.

b. Misi

- 1) Menggali potensi keunikan nuansa tempo dulu yang merupakan ciri khas Pabrik Gula yang dibangun pada abad 18.
- 2) Wisata spoor teboe dengan loko uap kuno merupakan *brand image* dari Agrowisata sebagai daya dorong pengembangan kegiatan-kegiatan pendukung lainnya.

- 3) Menjadi sarana pendidikan bagi pengembangan ilmu pengetahuan tentang industri gula berbasis bahan baku tebu di Indonesia dari generasi ke generasi.
- 4) Memberikan manfaat *multiplying effect* terhadap kegiatan bisnis masyarakat lingkungan.

c. Tujuan

Tujuan didirikannya Agrowisata Sondokoro adalah :

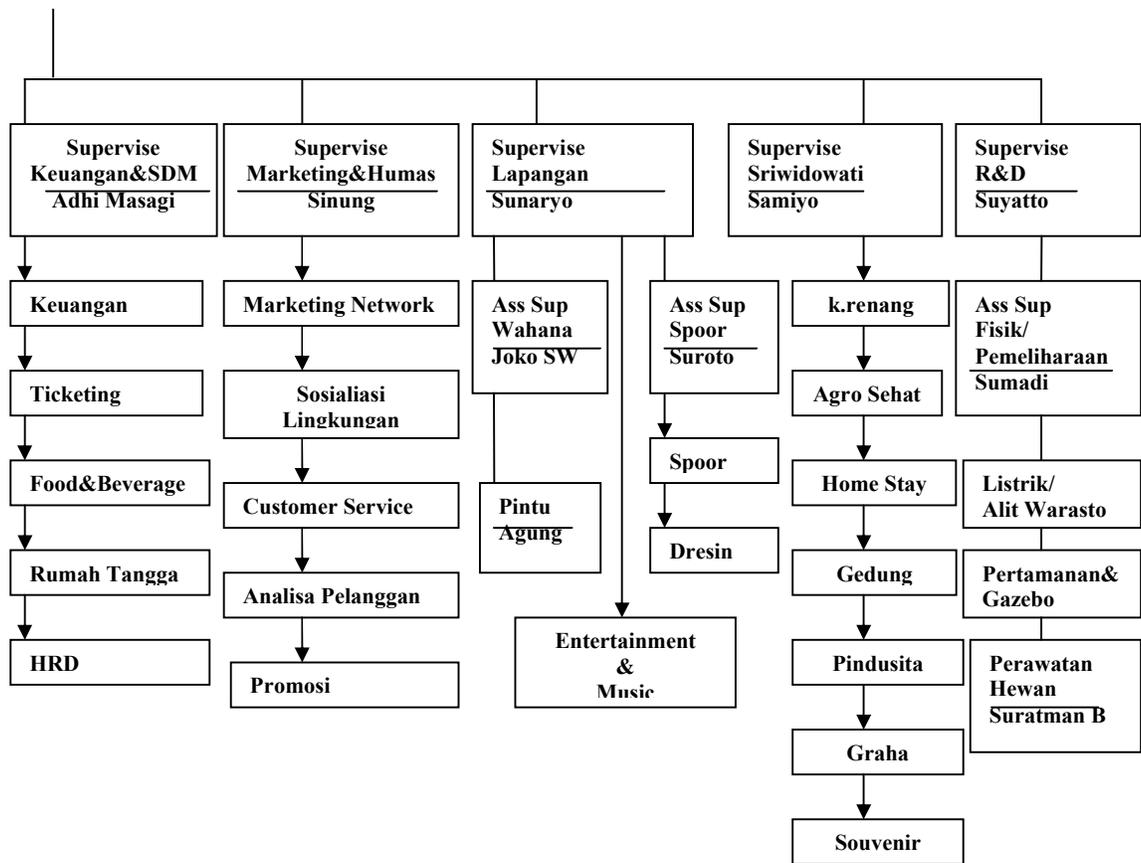
- 1) Pengembangan usaha atau diversifikasi sebagai antisipasi terhadap menurunnya produk tebu dari petani.
- 2) Pengenalan proses pengolahan gula dari bahan dasar tebu sampai menjadi gula pasir siap saji.
- 3) Pengenalan berbagai produk dari bahan dasar tebu.
- 4) Pengenalan berbagai jenis mesin dan bahan kimia.
- 5) Pemberian sarana atau fasilitas rekreasi bagi masyarakat sekitar pabrik (sebagian bekerja sebagai petani dan buruh pabrik) dengan pelayanan yang terjangkau.
- 6) Pemanfaatan fasilitas lahan dan inventaris pabrik (lokomotif, spoor teboe) agar dapat dinikmati masyarakat luas.
- 7) Mendukung program pemerintah Kabupaten Karanganyar untuk menjadikan Karanganyar sebagai Kabupaten wisata yang berskala nasional dan internasional.

d. Sasaran

Sasaran yang ingin dicapai pengelola obyek wisata Agrowisata Sondokoro adalah masyarakat sekitar pabrik yang berlatar belakang usaha, pertanian, dan buruh pabrik.

GAMBAR 3.1
STRUKTUR ORGANISASI
AGROWISATA SONDOKORO 2009





Deskripsi Jabatan

a. Manajer

Manajer bertanggung jawab atas jalannya Agrowisata Sondokoro disemua bidang. Manajer mempunyai banyak wewenang untuk mengalihkan ide-ide kepada bawahannya demi kemajuan Agrowisata Sondokoro menjadi lebih berkembang. Manajer membawahi seluruh staf pelaksana seperti supervise Keuangan dan SDM, Supervise Marketing dan Humas, supervise Lapangan dan supervise Riset dan Development.

b. Supervise Keuangan

Bertanggung jawab atas semua administrasi keuangan Agrowisata Sondokoro secara keseluruhan, dari semua pemasukan baik yang diperoleh dari tiket masuk pengunjung dan tiket semua wahana yang ada di Agrowisata Sondokoro dan biaya-biaya pengeluaran yang digunakan dalam pengoperasian Agrowisata Sondokoro untuk menjadi lebih berkembang.

c. Supervise Marketing dan Humas

Bertanggung jawab terhadap pengenalan, pengembangan dan pemasaran Agrowisata Sondokoro ke masyarakat luas. Pihak tersebut perlu berkomunikasi langsung dengan pengunjung, agar mengetahui seberapa loyal pengunjung terhadap Agrowisata Sondokoro. Apabila ada kendala, pihak Agrowisata Sondokoro segera mengatasinya agar tidak menjadi penghambat perkembangannya dimasa depan. Pemasaran dilakukan dengan bekerja sama dengan media cetak dan elektronik.

Sistem penyebaran informasi Agrowisata Sondokoro sudah meluas, mulai dari daerah sekitar sampai ke luar pulau.

d. Supervise Riset dan Development

Bertanggung jawab atas situasi dan jalannya wahana Agrowisata Sondokoro secara keseluruhan. Perbaikan serta pengembangan fisik baik taman, gedung, wahana dan fasilitas-fasilitas yang ada di Agrowisata Sondokoro.

Personalia

a. Tenaga Kerja

Jumlah tenaga kerja Agrowisata Sondokoro sebanyak 36 karyawan terdiri dari 32 karyawan pria dan 4 karyawan wanita yang berpendidikan SLTA/D3/Sarjana, pekerjaan sesuai dengan jabatan dan tugas masing-masing. Semua karyawan dibekali ketrampilan dan kemampuan yang cukup untuk melayani pengunjung termasuk keramahtamahan dan kesopanan ke pengunjung. Karyawan harus cepat tanggap dengan keinginan dan keluhan pengunjung. Dengan memberikan pelayanan yang baik ke pengunjung, ini diharapkan pengunjung merasa dihargai dan tertarik untuk berwisata kembali ke Agrowisata Sondokoro.

Dibawah ini adalah klasifikasi daftar karyawan yang ada di Agrowisata Sondokoro :

Tabel 3.1 Daftar Karyawan Agrowisata Sondokoro

Daftar Karyawan
Agro Wisata Sondokoro

No	N a m a	Unit Kerja
1	Ir Megantoro	Manager
2	Agung Puji K	Pintu Utara
3	Apriani	Motor Listrik
4	Suroto	Spoor Gula
5	Joko Suwanto	J.Gantung/F.Fox/T.Air
6	Sinung Nugroho	Marketing
7	Rumi Wahyuningsih	Sri Widowati
8	Suradi	J.Gantung/F.Fox/T.Air
9	Adhie Masagi	Adimintrasi
10	Hery Pamungkas N	Spoor Gula
11	Mustakim	Motor Listrik
12	Khabibu Rahman	J.Gantung/F.Fox/T.Air
13	Yiyin Endah Sari	Spoor Teboe
14	Muhdi	Spoor Gula
15	Irwan Murdiono	Pintu Barat
16	Radjimin	Motor Listrik
17	Sadiyo	Sri Widowati
18	Yulianto	J.Gantung/F.Fox/T.Air
19	Kaspari	J.Gantung/F.Fox/T.Air
20	Mariman	J.Gantung/F.Fox/T.Air
21	Sumadi	Spoor Gula
22	Sunaryo	Koor. Lap
23	Alit Warasto	Pemel. Listrik
24	Joko Sutrisno	J.Gantung/F.Fox/T.Air
25	Terri	J.Gantung/F.Fox/T.Air
26	Irawan	J.Gantung/F.Fox/T.Air
27	Mulyono	Rumah Tangga
28	Suwarno	Sri Widowati
29	Sukino	Sri Widowati
30	Suyadi	Air Cerdas
31	Agus Widodo	Sri Widowati
32	Feryadi	Sri Widowati
33	Budianto	Air Cerdas
34	Suratman A	Agro Sehat
35	Suratman B	Pemel. Hewan
36	Samiyono	Sri Widowati

Sumber : Agrowisata Sondokoro

b. Hari dan Jam Kerja

Jam kerja karyawan Agrowisata Sondokoro mulai pukul 08.00 sampai pukul 16.00 dan waktu istirahatnya selama satu jam secara bergantian antar karyawan. Karyawan Agrowisata Sondokoro dalam sebulan bekerja selama 26 hari. Seminggu sekali libur satu hari, tetapi pengambilan libur tidak boleh pada hari sabtu, minggu dan hari-hari besar. Hal ini disebabkan pada hari libur dan hari-hari besar Agrowisata Sondokoro sangat ramai dengan pengunjung baik yang paket maupun personal sehingga diperlukan pelayanan yang maksimal terhadap pengunjung. Pada hari-hari libur, pengunjung yang datang kebanyakan dari daerah luar kota.

c. Kompensasi dan Gaji Karyawan

Karyawan Agrowisata Sondokoro menerima gaji setiap awal bulan, sesuai dengan jabatannya masing-masing. Gaji karyawan tergantung dari pemasukan yang diperoleh Agrowisata Sondokoro. Apabila pemasukannya banyak, gaji karyawan juga banyak, tetapi jika pemasukan yang diperoleh Agrowisata Sondokoro sedikit, maka gaji yang diperoleh juga sedikit. Bagi karyawan yang bekerja lembur akan mendapat tambahan gaji tersendiri.

B. LAPORAN MAGANG

Pada minggu pertama pelatihan kerja di Agrowisata Sondokoro, mahasiswa mendapat penjelasan tentang sejarah dan awal berdirinya Agrowisata Sondokoro. Kemudian mahasiswa diperkenalkan dengan

seluruh karyawan dan wahana-wahana yang ada di Agrowisata Sondokoro tersebut. Mulai dari nama karyawan, jabatan, tugas masing-masing karyawan dan sistem kerjanya di setiap wahana. Mahasiswa juga mendapat pengarahan tentang tugas yang harus dilakukan.

Pada minggu kedua, mahasiswa memulai pelatihan kerja untuk membantu karyawan di masing-masing wahana, seperti melayani pengunjung dalam pembelian tiket, memberi informasi kepada pengunjung, dan melayani keluhan-keluhan pengunjung. Mahasiswa mengikuti cara kerja karyawan yang ada di Agrowisata Sondokoro.

Pada minggu ketiga, tugas yang diberikan pihak Agrowisata Sondokoro ke mahasiswa masih sama seperti dengan minggu kedua.

Pada minggu keempat, mahasiswa didampingi oleh pemandu untuk berlatih memandu pengunjung berkeliling area Agrowisata Sondokoro, baik yang pengunjung biasa maupun yang paketan. Setelah dirasa cukup, mahasiswa mulai dilepas dan harus memandu pengunjung sendiri. Mahasiswa memberikan penjelasan atau menjawab pertanyaan-pertanyaan dari pengunjung. Selain kegiatan tersebut, mahasiswa juga mencari data-data yang dibutuhkan dalam penyelesaian tugas akhir.

C. PEMBAHASAN MASALAH

Dari beberapa Pabrik Gula yang masih beroperasi adalah Pabrik Gula Tasikmadu (Karanganyar), Pabrik Gula Jatibarang (Brebes), Pabrik Gula Pangkah (Tegal), Pabrik Gula Sumberharjo (Pemalang), Pabrik Gula Sragi (Pekalongan), Pabrik Gula Mojo (Sragen), Pabrik Gula Gondang

Baru (Klaten), dan Pabrik Gula Tersana Baru (Brebek). Pabrik Gula yang mengembangkan Agrowisata hanya beberapa saja, yaitu Pabrik Gula Gondang Baru, Pabrik Gula Tasikmadu, dan Pabrik Gula Pangkah. Pabrik Gula yang pertama kali mengembangkan Agrowisata adalah Pabrik Gula Tasikmadu yang diberi nama Agrowisata Sondokoro.

Pengelolaan Agrowisata Sondokoro dengan pendekatan matriks pada organisasi yang mengkonsentrasikan pada tiga variabel yaitu :

1. Sifat-sifat intrinsik tugas dalam suatu lingkup mulai dari yang bersifat berulang-ulang sampai yang unik,
2. Kepribadian serta kompetensi personil dalam suatu unit,
3. Keadaan institusional dan historis yang mendukung unit.

Pabrik Gula Tasikmadu keadaan historisnya mendukung untuk mendirikan Agrowisata Sondokoro, yaitu dengan adanya benda-benda peninggalan sejarah. Benda purbakala itu merupakan aset yang sangat potensial, yang harus dilestarikan agar tidak punah dan tetap diketahui masyarakat.

Agrowisata Sondokoro adalah pengembangan konsep agrowisata *edutainment* yaitu gabungan wisata edukasi dan hiburan, yang ada saat musim liburan, itu bertujuan agar generasi muda mengetahui sejarah Pabrik Gula TasikMadu yang didirikan KGPA Mangkunegara IV. Objek wisata Agrowisata Sondokoro ini menarik, terdapat arena *outbound* untuk anak-anak, ada taman dengan besi-besi tua bekas kereta api dipajang, ada berbagai lokomotif tua yang dipamerkan untuk menarik wisatawan, tersedia berbagai sarana dan fasilitas pendukung wisata di kawasan

Agrowisata Sondokoro itu. Mulai dari berbagai jenis spoor, kolam renang dan water boom di Area Sri Widowati, jembatan gantung, flying fox, panjat tebing, taman air, motor listrik dan dunia kreasi (arena bermain dan belajar anak-anak).

Pengembangan Agrowisata Sondokoro dilakukan dengan kombinasi strategi yang baik dari beberapa variabel yang ada. Agrowisata Sondokoro menggunakan jasa periklanan, Agrowisata Sondokoro bekerja sama dengan media elektronik dan cetak. Dari media elektronik, Agrowisata Sondokoro bekerja sama dengan Trans TV, Trans7, dan Metro TV, yang paling sering menayangkan adalah Trans TV. Melalui media tersebut, Agrowisata Sondokoro ditayangkan dalam acara tersendiri, seperti dalam si Bolang kadang dalam acara berita. Sedangkan pada media cetak, Agrowisata Sondokoro bekerja sama dengan SoloPos, Wawasan, Joglo Semar, Kompas, Suara Merdeka dan lain-lain.

Agrowisata Sondokoro juga mengadakan Sondokoro Fair setiap tahunnya, yang diadakan pada saat menjelang giling tiba. Masyarakat sekitar menyebutnya dengan istilah “cembengan”. Pada acara tersebut ramai dengan penjual dan pengunjung dari berbagai daerah. Puncaknya pada saat menjelang upacara adat Pabrik Gula Tasikmadu atau yang disebut dengan nama “julen”. Acara tersebut diadakan penyembelihan hewan kerbau, jenis-jenis tebu dan berbagai jenis masakan. Upacara tersebut dimaksudkan agar kegiatan giling tebu berjalan lancar, tanpa halangan apapun.

Dengan adanya acara tersebut, dapat menarik minat pengunjung untuk datang ke Agrowisata Sondokoro. Tetapi daya tarik utama dari Sondokoro ini memang menaiki lokomotif uap yang mengelilingi pabrik dan melihat proses pembuatan gula. Dari bangunan-bangunan lamanya yang bergaya Belanda, rumah-rumah karyawan pabrik gula, serta luas pabrik, kelihatan bahwa pabrik ini pernah mengalami masa kejayaannya pada masa KGPAA Mangkunegara IV. Hampir seluruh area Pabrik Gula Tasikmadu dimanfaatkan untuk pengembangan Agrowisata Sondokoro.

Agrowisata Sondokoro tersedia empat paket, yaitu paket wisata spoor, paket pendidikan, paket permainan dan paket keluarga. Pertama adalah paket spoor, pengelola menyiapkan kereta api berlokomotif kuno yang dulu dipakai untuk menarik lori-lori tebu pada tahun 1800-an. Desain kereta dibiarkan masih asli, hanya dipoles cat baru dan kursinya dibuat dari kayu tetapi tetap berkesan antik.

Paket wisata spoor Agrowisata Sondokoro dibagi dalam dua paket, yakni Paket Spoor I dan Paket Spoor II. Paket Spoor I yang menggunakan Spoor Teboe, sekali jalan mengangkut sekitar 70 orang, setiap orang membayar Rp 6.000,00 atau Rp 420.000,00 per sekali jalan. Sedangkan paket Spoor II dengan menggunakan Spoor Gula, dengan harga Rp 4.000,00 per orang atau Rp 280.000,00 untuk sekali jalannya. Perbedaan spoor teboe dengan spoor gula pada bahan bakarnya. Spoor teboe dengan bahan bakar kayu, sedangkan spoor gula dengan tenaga diesel.

Kedua paket pendidikan, harga paket pendidikan I setiap orang membayar Rp 6.000,00 dengan fasilitas tayangan proses pembuatan tebu menjadi gula, dan wisata Pabrik Gula wisata Gilingan. Sedangkan paket pendidikan II dikenakan biaya Rp 8.000,00 per orang, untuk menyaksikan tayangan proses pembuatan gula, mulai dari penanaman tebu hingga penggilingan serta pengepakan gula dan berwisata ke kompleks Pabrik Gula TasikMadu wisata Pengolahannya. Paket wisata pendidikan ini paling diminati sekolah-sekolah di Jawa Tengah dan sekitarnya. Mulai dari Taman Kanak-kanak, Sekolah Dasar, SLTP dan SMA. Kunjungan tertinggi saat musim liburan Juni, Juli dan Lebaran.

Paket yang ketiga adalah paket permainan, paket permainan juga terdiri dari dua paket yaitu paket permainan I setiap orang membayar Rp 6000,00 dengan fasilitas Wahana Dunia Kreasi dan Jembatan Gantung. Sedangkan paket permainan II setiap orang dikenai biaya Rp 11.000,00 dengan fasilitas Wahana Dunia Kreasi, Jembatan Gantung dan Renang. Perbedaan paket I dan II hanya pada wisata Renang, yaitu di Area Sri Widowati.

Paket yang terakhir adalah paket keluarga, untuk sepuluh orang dikenakan biaya Rp 100.000,00. Fasilitas yang diperoleh meliputi wisata pabrik gula yaitu proses pengolahan. Dengan diantar oleh seorang pemandu, pengunjung menuju pabrik untuk mendapatkan pembelajaran mengenai visualisasinya. Wisata pengolahan gula hanya ada pada saat musim penggilingan saja.

Agrowisata Sondokoro yang paling ditonjolkan adalah lokomotifnya. Lokomotif yang digunakan untuk menarik gerbongnya itu masih menggunakan lokomotif uap. Kayu bakar masih digunakan untuk memanaskan air dalam ketel uapnya. dan gerbong yang ditarik oleh lokomotif uap tersebut adalah gerbong yang sudah dimodifikasi, jadi bukan lori yang terbuka yang biasa digunakan untuk mengangkut tebu. Lokomotif yang ada di Agrowisata Sondokoro yang beroperasi saat ini ada empat, yaitu :

1. Spoor Gula

Spoor Gula pembuatannya pada tahun 1905. Spoor tersebut bertenaga diesel. Lokomotif diesel berwarna hijau bernomor seri TM.D.V, buatan Orenstein-Koppel Und Lubecker Maschinenbau Werk Dortmund. Spoor Gula stasiun berada di sebelah timur taman Agrowisata Sondokoro. Jalurnya melingkari area Agrowisata Sondokoro, melewati depan Pabrik Gula Tasikmadu, masuk ke wilayah gudang jadi, lalu melewati sebelah gudang bangunan, keluar melewati jalan raya kawasan wisata, melewati perkantoran Pabrik Gula Tasikmadu, masuk ke rumah dinas administratur dan berakhir di stasiun.

2. Spoor Teboe

Spoor TM I tersebut dibuat tahun 1901. Spoor Teboe merupakan spoor tertua yang digunakan di Agrowisata Sondokoro. Spoor tersebut stasiunnya di depan Sri Widowati area. Jalur spoor melewati daerah selatan Agrowisata Sondokoro, mulai dari depan penggilingan, melewati belakang Pabrik Gula Tasikmadu (pengemasan), melewati gudang

magazine, lalu gudang jadi sebelah barat, selanjutnya ke depan pabrik mengelilingi parkir taman stasiun.

3. Spoor Sakarosa

Spoor tersebut juga buatan Jerman, pada tahun 1902. Stasiunnya berada di sebelah timur parkir area. Jalurnya paling jauh dibanding dengan spoor yang lain. Spoor Sakarosa melintasi perumahan dinas pletonan (bagian karyawan pelaksana), sampai melewati terowongan, menyeberang jalan akses Agrowisata Sondokoro ke gudang tengah, kemudian depan gudang magazin, sampai pabrik bagian belakang, ke stasiun gudang jadi, kemudian stasiun penggilingan dan berhenti di stasiun.

4. TM (Tasikmadoe) VI

Spoor TM (Tasikmadoe) VI merupakan spoor langka dan terbesar, di dunia ini hanya ada dua yaitu di Pabrik Gula Tasikmadu dan di Norwegia. Pembuatannya pada tahun 1929, di Orenstein & Koppel, Howaves, Berlin, Germany. Tempat duduknya dibuat berbeda, TM (Tasikmadoe) VI dibuat melingkar dan dilengkapi dengan televisi. Merupakan spoor VIP, untuk wisatawan luar negeri atau pejabat yang menginginkan mengendarainya. Jalur atau rutenya sesuai dengan pesanan pengunjung.

Perencanaannya Agrowisata Sondokoro akan menambah lagi jumlah lokomotifnya, yang sekarang ini masih dalam proses. Pengunjung merasa belum puas apabila datang ke Agrowisata Sondokoro tidak naik

lokomotif uap mengintari Pabrik Gula Tasikmadu dan melihat proses pembuatan gula.

Tabel 3.2 Tarif Tiket Masuk Wahana Agrowisata Sondokoro

FASILITAS	TARIF/HARGA
SPOOR TEBOE	Rp 6000,00
SPOOR GULA	Rp 4000,00
SPOOR SAKAROSA	Rp 6000,00
SRI WIDOWATI	Rp 5000,00
MOTOR LISTRIK	Rp 3000,00
FLYING FOX	Rp 5000,00
JEMBATAN GANTUNG	Rp 3000,00
TAMAN AIR	Rp 3000,00
DUNIA KREASI	Rp 3000,00
PANJAT DINDING	Rp 5000,00
AIR CERDAS	Rp 3000,00
AGRO SEHAT	Rp 3000,00
WISATA PABRIK GULA	Rp 8000,00

Sumber : Agrowisata Sondokoro

Dari tabel tarif tiket masuk di Agrowisata Sondokoro tersebut, dapat dilihat bahwa wahana yang paling mahal adalah wisata pabrik gula. Dalam wisata pabrik gula, pengunjung akan dipandu oleh seorang pemandu yang akan menjelaskan tentang proses pembuatan gula, mulai dari proses penanaman tebu sampai dengan proses terbentuknya gula. Seperti konsep yang dikembangkan Agrowisata Sondokoro adalah edutainment, yaitu gabungan wisata edukasi dan hiburan. Selain pengunjung mendapat hiburan, pengunjung juga dapat menambah ilmu pengetahuannya dari proses pembuatan gula dan benda-benda sejarah peninggalan KGPA

Mangkunegara IV. Pengunjung dapat melihat langsung proses pembuatan gula secara langsung di dalam Pabrik Gula Tasikmadu. Namun, wisata itu hanya ada pada saat musim giling saja, mulai sekitar pertengahan bulan Mei.

Tabel 3.4 Rekapitulasi Pengunjung Agrowisata Sondokoro
Tahun 2009

REKAPITULASI PENGUNJUNG
AGROWISATA SONDOKORO
Tahun 2009

No	Wahana / Paket	Jan	Feb	Total
1	SW (Sri Widowati)	13,222	2,529	15,751
2	ML (Motor Listrik)	2,809	757	3,566
3	ST (Spoor Teboe)	4,895	707	5,602
4	SG (Spoor Gula)	7,238	1,813	9,051
5	SS (Spoor Sakarosa)	4,952	1,358	6,310
6	FF (Flying Fox)	1,839	698	2,537
7	JG (Jembatan Gantung)	6,743	1,367	8,110
8	TA (Taman Air)	3,291	757	4,048
9	DK (Dunia Kreasi)	1,601	319	1,920
10	PD (Panjat Tebing)	134	20	154
11	AS (Agro Sehat)	788	283	1,071
12	AC (Air Cerdas)	1,505	341	1,846
13	PU (Pintu Utara)	14,766	2,868	17,634
14	PB (Pintu Barat)	24,756	5,385	30,141
15	PS (Pintu Selatan)	-	-	-
16	Fee	-	-	-
17	Paket	2,018	1,669	3,687
18	Lain – lain	-	-	-
	J U M L A H	90,557	20,871	111,428

Sumber : Agrowisata Sondokoro

Dari tabel rekapitulasi pengunjung Agrowisata Sondokoro tersebut, wahana yang paling banyak diminati adalah lokomotifnya. Wahana lokomotif yang paling banyak digunakan pengunjung adalah spoor gula, yang menggunakan tenaga diesel. Hal ini dikarenakan, spoor gula setiap hari aktif beroperasi. Pengunjung menganggap lokomotif spoor gula waktunya efisien dan sudah mencakup seluruh area Agrowisata Sondokoro. Sehingga pengunjung mempunyai banyak waktu untuk berkeliling atau menikmati semua wahana yang ada di Agrowisata Sondokoro. Dengan menggunakan spoor gula, pengunjung juga sudah dapat melihat proses pembuatan gula. Dalam perjalanan, pengunjung dapat melihat gambar-gambar proses pembuatan gula, pada bangunan-

bangunan Pabrik Gula Tasikmadu, mulai dari awal penanaman tebu sampai dengan pemasaran gula tersebut.

Pada hari-hari biasa, spoor yang sering aktif digunakan adalah spoor gula. Spoor teboe dan spoor sakarosa hanya aktif beroperasi jika ada paketan pengunjung dan pada saat hari libur saja. Sedangkan spoor TM VI tersebut jarang digunakan, hanya digunakan jika ada pesanan dari wisatawan asing atau para pejabat yang menginginkan untuk menggunakannya. Spoor TM VI merupakan spoor VIP dengan fasilitas yang lengkap, tempat duduk dibuat melingkar dan dilengkapi dengan televisi.

BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

1. Potensi Sumber Daya Alam dan peninggalan sejarah yang dimiliki Pabrik Gula Tasikmadu mendukung berdirinya Agrowisata Sondokoro.

Keberadaan Agrowisata Sondokoro tidak dapat dipisahkan dengan Pabrik Gula Tasikmadu. Keduanya berada dalam satu lokasi yang saling mendukung, Pabrik Gula Tasikmadu saat ini masih aktif dan telah dikembangkan menjadi salah satu daya tarik wisata yang memiliki nilai sejarah dan pendidikan. Agrowisata Sondokoro membangun konsep agrowisata sejarah Pabrik Gula yang unik, khas, dan berbeda dari agrowisata yang sudah ada di Indonesia.

Pabrik Gula Tasikmadu didirikan pada zaman KGPAA Mangkunegara IV. Aset peninggalan di zaman kolonial ini sangat potensial, dan ini tidak akan disia-siakan oleh Pabrik Gula Tasikmadu. Bentuk-bentuk bangunannya masih dipertahankan sesuai aslinya yang menambah nuansa tempo dulu. Sejalan dengan menurunnya produksi gula. Agrowisata Sondokoro diharapkan dapat membantu pendapatan Pabrik Gula Tasikmadu. Proses pengembangan Agrowisata Sondokoro adalah dengan konsep agrowisata *edutainment* ini bertujuan agar generasi muda mengetahui sejarah PG Tasikmadu yang didirikan KGPAA Mangkunegara IV. Pengembangan Agrowisata Sondokoro menonjolkan lokomotifnya, karena Pabrik Gula Tasikmadu identik dengan lokomotif. Untuk menarik wisatawan, dibangun sejumlah sarana dan fasilitas pendukung wisata di kawasan agrowisata tersebut.

2. Lokomotif uap untuk mempengaruhi pengunjung Agrowisata Sondokoro.

Lokomotif uap merupakan peninggalan sejarah yang bernilai tinggi yang hanya terdapat di pabrik gula tertentu saja. Maka ini menjadikan potensi yang besar bagi Agrowisata Sondokoro untuk menarik pengunjung. Gambar lokomotif uap digunakan dalam setiap tiket di wahana Agrowisata Sondokoro dan sebagai simbol dalam penulisannya. Jadi, lokomotif uap selalu menjadi citra yang khas dari Agrowisata Sondokoro. Pengunjung merasa belum puas apabila belum mencoba lokomotif uap untuk berkeliling area Pabrik Gula Tasikmadu dan melihat proses pengolahan tebu menjadi gula itu.

B. SARAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan penulis di Agrowisata Sondokoro, wahana yang ada di Agrowisata Sondokoro banyak menarik minat pengunjung. Meskipun begitu, Agrowisata Sondokoro harus lebih meningkatkan rencana kedepannya, mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan dan fasilitas yang ada. Penulis mempunyai saran sebagai berikut :

1. Pihak Agrowisata Sondokoro harus selalu memelihara benda-benda peninggalan KGPAA Mangkunegara IV untuk menarik pengunjung.
2. Agrowisata Sondokoro perlu menambah lokomotif baru dengan keunikan yang berbeda dan menggunakan spoor TM VI sebagai

simbol dalam iklan dan tiket wahana Agrowisata Sondokoro karena spoor TM VI merupakan spoor yang langka di dunia sehingga dapat meningkatkan minat para wisatawan untuk berkunjung ke Agrowisata Sondokoro.

3. Pihak Agrowisata Sondokoro perlu pengadaan pemandu yang profesional, agar pengunjung tidak merasa kebingungan, pengunjung mendapat pengarahan dan informasi tentang Agrowisata Sondokoro secara lengkap.
4. Agrowisata Sondokoro lebih meningkatkan atau mengembangkan lagi atribut produk wahana yang dianggap pengunjung kurang menarik agar pengunjung lebih tertarik untuk datang ke Agrowisata Sondokoro.

DAFTAR PUSTAKA

http://www. Google.com.(13 Maret 2009)

Kotler dan Armstrong. 2000. **Dasar-dasar Pemasaran**. Prenhallindo: Jakarta.

Lupiyoadi, Rambat. 2001. **Manajemen Pemasaran Jasa**. Salemba Empat: Jakarta.

Massie, JosephL. 1983. **Dasar-dasar Manajemen**. Erlangga: Jakarta.

Pendit, S. Nyoman. 1999. **Pengantar Ilmu Pariwisata**. Angkasa:Bandung

Soekardijo. 1996. **Fungsi dan Peranan Pariwisata**.CV Remaja Rosda Karya: Bandung.

Swastha, Basu. 1999. **Saluran Pemasaran**. BPFE: Yogyakarta.

Swastha, Basu & Irawan. 1990. **Manajemen Pemasaran Modern**. Liberty: Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy. 2004. **Pemasaran Jasa**. Bayu Media: Malang.

Wahab, Salah. 1996. **Pariwisata dan Perkembangannya**. Mandar Maju: Bandung.

Yoeti, A Oka. 1997. **Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata**. Angkasa: Bandung.

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama Mahasiswa : ANIE WEDYASUWATI

Nomor Induk Mahasiswa : F.3206001

Fakultas : Ekonomi Universitas Sebelas Maret

Jurusan / Program Studi : D 3 MANAJEMEN PEMASARAN

Lampiran 2 (untuk Instansi/Perusahaan Tempat Magang)

SURAT KETERANGAN

No. :

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : JOKO SUWARTO SS
Jabatan : KOORDINATOR EDUKASI & UMUM

Menerangkan bahwa :

LOKOMOTIF UAP AGROWISATA SONDOKORO

SPOOR GULA



SPOOR TEBOE



SPOOR SAKAROSA



SPOOR TM VI



PAJANGAN LOKOMOTIF UAP AGROWISATA SONDOKORO





