

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP TINGKAT
KEPUASAN DALAM UPAYA MEMBANGUN KOMUNITAS
PENGUNJUNG AGROWISATA SONDOKORO KARANGANYAR**



TUGAS AKHIR

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

Oleh :

SRI DEWI UMIYATI

NIM F3206005

**PROGRAM STUDI DIPLOMA 3 MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA**

2009

ABSTRAKSI
ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP TINGKAT
KEPUASAN DALAM UPAYA MEMBANGUN KOMUNITAS
PENGUNJUNG AGRO WISATA SONDOKORO KARANGANYAR
SRI DEWI UMIYATI
F 3206005

Pertumbuhan dalam dunia usaha membawa akibat timbulnya persaingan yang semakin ketat. Seiring dengan meningkatnya kesejahteraan masyarakat, maka kebutuhan masyarakat untuk mengkonsumsi produk-produk jasa yang timbul dari kebutuhan masyarakat untuk meningkatkan kenyamanan dan kepuasan akan semakin meningkat pula. Sehingga memicu banyak perusahaan untuk membuka peluang dibidang industri jasa khususnya sektor pariwisata. Pentingnya pelayanan sebagai suatu usaha dalam meningkatkan kepuasan pengunjung akan menghasilkan kesetiaan pengunjung terhadap perusahaan sehingga akan menghasilkan loyalitas dan merupakan kunci utama dalam mempertahankan pelanggan. Dengan pelayanan yang memuaskan pengunjung akan tertarik untuk berkunjung kembali serta akan terbentuk komunitas-komunitas terhadap Agro Wisata Sondokoro. Peneliti mengadakan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana pengaruh pelayanan terhadap kepuasan dalam upaya membangun komunitas pengunjung Agro Wisata Sondokoro.

Metode penelitian dilakukan dengan penelitian deskriptif menggunakan desain survei. Teknik studi deskriptif adalah studi yang memfokuskan pada jawaban atas pertanyaan siapa, kapan, apa, di mana dan bagaimana. Penelitian survei adalah penelitian berinteraksi dengan responden untuk mendapatkan data, fakta, pendapat dan sikap-sikap. Populasi dalam penelitian adalah para pengunjung yang pernah datang di Agrowisata Sondokoro dan jumlah sampel yang digunakan adalah 100 responden. Pengumpulan data diperoleh melalui kuesioner, studi observasi, dan wawancara kepada responden atau pengunjung tentang pelayanan di Agro Wisata Sondokoro, observasi di lapangan mengenai perilaku pengunjung dan dokumentasi-dokumentasi yang ada. Penelitian dilakukan selama satu bulan dari tanggal 16 Februari 2009 sampai tanggal 16 Maret 2009.

Hasil dari kuesioner yang diisi oleh responden mengenai pelayanan terhadap kepuasan pengunjung adalah : *Tangibles/* bukti fisik, 59% pengunjung menyatakan puas terhadap sarana dan peralatan yang memadai, kebersihan, keindahan dan kenyamanan tempat, penampilan pegawai, dan letak lokasi. *Responsiveness/* daya tanggap, 57% pengunjung menyatakan puas terhadap ketanggapan mengenai kesediaan pegawai untuk membantu keinginan dan kebutuhan, dan ketanggapan pegawai dalam menghadapi keluhan pengunjung. *Reliability/* keandalan, 52% pengunjung menyatakan puas terhadap ketepatan, kecepatan, dan keakuratan pegawai dalam memberikan pelayanan, dan kesiapan pegawai dalam menyelesaikan masalah. *Assurance/* Jaminan, 67% pengunjung menyatakan puas terhadap kesopanan dan keramahan

pegawai dalam melayani pengunjung, dan pengetahuan serta kecakapan pegawai dalam memberikan informasi. *Emphaty/* Perhatian, 59% pengunjung menyatakan puas terhadap perhatian pegawai terhadap pengunjung, dan komunikasi yang baik dengan menerima dan memberikan respon terhadap pengunjung.

Komunitas adalah sebuah kelompok sosial dari beberapa organisme yang berbagi lingkungan, umumnya memiliki ketertarikan yang sama. Membangun komunitas yang hidup terhadap Agro Wisata Sondokoro membutuhkan suatu kerja keras dalam mewujudkannya dan yang paling penting adalah pelayanan terhadap pengunjungnya agar tercipta suatu kepuasan yang dirasakan oleh pengunjung, sehingga akan terjadi adanya suatu keinginan dari pengunjung tersebut untuk membentuk suatu komunitas sebagai wujud kecintaan terhadap Agro Wisata Sondokoro.

ABSTRACT
AN ANALYSIS ON THE EFFECT OF SERVICE QUALITY ON THE
SATISFACTION LEVEL IN THE ATTEMPT OF BUILDING A VISITOR
COMMUNITY IN KARANGANYAR SONDOKORO AGROTOURISM
SRI DEWI UMIYATI
F 3206005

The business growth leads to the increasingly strict competition. As the society welfare increases, the society's need for the services consumption rising from their need for improving their comfort and satisfaction also increases, it triggers many companies to open the opportunity in service industry particularly tourism sector. The importance of service as a business in improving the visitor's satisfaction will result in the visitor's loyalty to the company, thereby resulting in the loyalty and is the main key to retain the customers. With the satisfactory service, the visitors will be interested in revisiting the Sondokoro Agrotourism and in establishing the community of it. The research was conducted to find out how the effect of service on the satisfaction in the attempt of building the visitors community of Sondokoro Agrotourism.

The research method employed was a descriptive research using survey design. The deskriptive study technique is the one focusing on the response to the question of who, when, where and how. The survey research is the one interacting with the respondents to obtain data, fact, opinion and attitude. The population of research was the visitors who ever come to Sondoloro Agrotourism with 100 respondents as the sample. The data collection was done with questionnaire, observationn study, and interview with respondents or the visitors about the service in Sondokoro Agrotourism as well as the available documentation. The research was taken place from February 16 to March 16, 2009.

The results of questionnaire filled in by the respondent about the service according to the visitors satisfaction include: tangible, 59% of visitor states their satisfaction with the adequate infrastucture, place cleanliness, beauty and comfort, the personnel apperance, and location; responsiveness, 57% of visitor states their satisfaction with the persone's responsiveness and availability in helping the visitor's need and desire, as well as in dealing with their complaints; reliability, 52% of visitor states their satisfaction with the personnel's precision, quickness and accuracy in givingth service and their radiness in solving th problem; Assurance, 67% of visitor states their satisfaction with the personnel in serving the visitors, their knowledge and skill of providing information; Empathy, 59% of visitor states their satisfaction with the personnel interest in the visitors, and their good communication in receiving and responding the visitors.

Community as a social group of various environmental organisms generally has the same interest. Building a viable community of Sondokoro Agrotourism need a hard work to realize and the most important thing is the service to the visitors in order to create the visitors's satisfaction, so that th visitor will hav a desire to build a community as their love

manifestation to th Sondokoro Agrotourism. In addition, the management of Sondokoro Agrotourism should preserve the historical inheritance in Karanganyar area and surrounding.

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan Judul :

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP TINGKAT
KEPUASAN DALAM UPAYA MEMBANGUN KOMUNITAS
PENGUNJUNG AGROWISATA SONDOKORO KARANGANYAR**

Surakarta, Maret 2009

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Drs. Moch Amien Gunadi, MP

NIP. 131 569 233

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan Judul :

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP TINGKAT
KEPUASAN DALAM UPAYA MEMBANGUN KOMUNITAS
PENGUNJUNG AGROWISATA SONDOKORO KARANGANYAR**

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

Moch. Amien Gunadi, MP

NIP. 131 569 233

Pembimbing

MOTTO

Kesulitan adalah batu asahan
Setiap puncak karir dicapai dengan jalan mengatasi kesulitan- kesulitan

Orang-orang yang berhasil adalah mereka yang bercita-cita dan yang
mempunyai kemauan untuk memperkembangkan diri,
Kegagalan adalah hal yang biasa, sukses adalah luar biasa.

Kebahagiaan dan kesulitan adalah warna kehidupan yang akan membuat kita
semakin dewasa, apabila kita mampu menerima dan menikmatinya dengan
keteguhan jiwa.

Hidup hanya sekali dan matipun juga sekali, berserah dirilah pada Illahi,
gunakan waktu dengan sebaik-baiknya karena waktu tidak akan pernah
kembali.

Sukses seseorang tidak diukur dari ketinggian yang dicapainya, tapi dari seberapa
tinggi dia melompat dari awalnya dan yang paling berat dalam hidup ini bukanlah
“bekerja” tetapi bila tidak ada yang dikerjakan.

PERSEMBAHAN

Dari lubuk hati yang paling dalam, karya kecil ini ku persembahkan untuk :

- Allah SWT atas Rahmat dan RidhoNya sehingga terselesaikannya Tugas Akhir ini
- Sepasang bijak yang telah merawat dan menuntun sejak lahir sampai sekarang Bapak dan Ibu, kaulah manusia yang paling berjasa dalam hidupku, pengorbanan, ketulusan, dan keikhlasan serta do'a yang tak pernah henti untukku.
- Kakak-kakakku tercinta Mas Rudi, Mbak Harni, Mbak Wince, Mbak Widi, Mbak Sri, Mbak Retno, Mbak Ayu, Mas Joko, Mas Agus, Mas Gun yang telah mencurahkan perhatian dan kasih sayang.
- Adik-adikku Widya, Eka, Yani, Desy, Susi, Reiva Octa Ramadhansyah, adik baruku Ayus.
- Keluarga besarku
- Sahabat dan saudara terbaikku Deandra, terima kasih atas persembahan persahabatan dan persaudaraan, kebersamaan dalam suka dan duka sampai saat ini.
- Someone yang selalu mendukungku, penyemangatku, terima kasih atas semuanya.
- Sahabat dan teman seperjuanganku ellya, uut, anik, nisa, sari, agung, enggar, dan teman-teman Manajemen Pemasaran 2006, serta CBC terima kasih atas kebersamaan, motivasi, dan bantuannya.
- Semua pihak yang telah membantu terlaksananya Tugas Akhir ini

KATA PENGANTAR

Tiada seuntai kata yang lebih indah yang dapat penulis ungkapkan atas terselesaikannya Tugas Akhir ini dengan Judul **“ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN DALAM UPAYA MEMBANGUN KOMUNITAS PENGUNJUNG AGROWISATA SONDOKORO KARANGANYAR.”**

Selain daripada ucapan Alhamdulillahirobbil'alamin dan rasa puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah berkenan melimpahkan rahmat dan hidayah serta inayah-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Pada proses penyusunan Tugas Akhir ini, penulis menyadari banyak pihak yang telah membantu dalam memberikan dorongan dan masukan, sehingga tidak ada kata lain yang pantas diucapkan selain rasa terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah membantu dan membimbing penulis untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada:

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. 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. Pihak-pihak Agrowisata Sondokoro: Pak Sinung, Pak Sagi, Pak Naryo, Pak Saiyono, Pak Mariman, Pak Ahmadi, Mas Joko Suwanto, Mas Joko Sutrisno, Mas Terri, Mas Irwan, Mas Irawan, Mbak Yiyin, Mas Habib dan karyawan-karyawan lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.
7. Bapak, Ibu dan kakakku.
8. Keluarga besarku.
9. Semua sahabat-sahabat terbaikku.
10. Teman-teman Manajemen Pemasaran 2006.
11. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Semoga Tugas Akhir ini dapat memberikan sumbangan pemikiran dan bermanfaat bagi segenap pihak yang membaca dan menggunakan. Dengan segenap kerendahan hati, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dalam penulisan ini, dan mengharapkan kritikan yang bersifat membangun guna mencapai kesempurnaan yang diharapkan.

Surakarta, Maret 2009

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
ABSTRAKSI.....	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.....	4
E. Metode Penelitian.....	4

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian Pemasaran.....	8
------------------------------	---

B. Definisi Manajemen Pemasaran.....	8
C. Konsep Pemasaran.....	9
D. Pengertian Jasa.....	9
E. Kualitas Pelayanan.....	10
F. Kepuasan Pelanggan.....	11
G. Loyalitas.....	12
H. Pengertian Pariwisata.....	14
I. Kerangka Pemikiran.....	17

BAB III PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan.....	18
B. Laporan Magang Kerja.....	30
C. Pembahasan.....	32

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan.....	48
B. Saran.....	49

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.....	17
Gambar 3.1.....	21

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1.....	24
Tabel 3.2.....	29
Tabel 3.3.....	33
Tabel 3.4.....	33
Tabel 3.5.....	34
Tabel 3.6.....	35
Tabel 3.7.....	36
Tabel 3.8.....	37
Tabel 3.9.....	37
Tabel 3.10.....	38
Tabel 3.11.....	39
Tabel 3.12.....	40
Tabel 3.13.....	41
Tabel 3.14.....	41
Tabel 3.15.....	42
Tabel 3.16.....	43
Tabel 3.17.....	44
Tabel 3.18.....	45

DAFTAR LAMPIRAN

KUESIONER

GAMBAR WAHANA

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG PERMASALAHAN

Pertumbuhan dalam dunia usaha membawa akibat timbulnya persaingan yang semakin ketat. Dinamika yang terjadi pada sektor jasa terlihat dari perkembangan dari berbagai industri jasa khususnya dalam sektor pariwisata yang mengalami peningkatan pesat. Hal tersebut memberikan dampak pada perkembangan industri jasa dalam perekonomian dinegeri ini. Seiring dengan meningkatnya kesejahteraan masyarakat, maka kebutuhan masyarakat untuk mengkonsumsi produk-produk jasa yang timbul dari kebutuhan masyarakat untuk meningkatkan kenyamanan dan kepuasan akan semakin meningkat pula. Sehingga memicu banyak perusahaan untuk membuka peluang dibidang industri jasa khususnya sektor pariwisata.

Semakin banyaknya perusahaan dalam bidang jasa, maka persaingan akan semakin ketat. Dalam keadaan yang seperti ini, salah satu cara guna memenangkan persaingan adalah dengan cara memberikan pelayanan (*service*) kepada konsumen dengan sebaik mungkin, serta memberikan kinerja yang maksimal sehingga konsumen akan merasa puas dan perusahaan akan tetap bertahan.

Menurut Lupiyoadi (2001:147), kemampuan pelayanan suatu produk akan menghasilkan suatu kesimpulan kualitas produk yang dinilai secara subjektif oleh konsumen. Salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan adalah

kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan (Sviokla dalam Lupiyoadi, 2001)

Agrowisata Sondokoro adalah salah satu industri jasa yang bergerak dalam sektor pariwisata yang memiliki berbagai fasilitas seperti Graha Pindusita yang merupakan ruang serbaguna untuk segala bentuk penyelenggaraan acara, sanggar senam dan pusat olah raga, cafe dan area hot spot, griya resto, kantor, museum peninggalan, agro sehat dan refleksi, kolam renang, wisata spoor teboe dengan menggunakan loko uap dan deasel, serta wisata pendidikan merupakan wisata yang dapat memeberikan pengetahuan mengenai proses pembuatan gula.

Dalam menilai kualitas jasa pelayanan digunakan lima dimensi kualitas jasa yaitu *tangibles* atau bukti fisik meliputi keindahan, kenyamanan, kebersihan, fasilitas yang memadai, penampilan karyawan, *reability* atau keandalan meliputi ketepatan waktu pelayanan, *responsiveness* atau ketanggapan meliputi pemberian informasi yang jelas, tanggap terhadap keluhan pengunjung, *assurance* atau jaminan dan kepastian meliputi komunikasi yang baik kepada pengunjung, kesopanan dalam melayani pengunjung, *emphaty* atau perhatian meliputi memperhatikan keluhan pelanggan, memahami akan apa yang diinginkan oleh pengunjung. Dari dimensi tersebut akan diperoleh penilaian pengunjung terhadap kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan terhadap kinerja suatu perusahaan.

Pentingnya pelayanan sebagai suatu usaha dalam meningkatkan kepuasan pengunjung akan menghasilkan kesetiaan pengunjung terhadap perusahaan sehingga akan menghasilkan loyalitas dan merupakan kunci utama dalam mempertahankan pelanggan. Dengan pelayanan yang memuaskan pengunjung akan tertarik untuk berkunjung kembali serta akan terbentuk komunitas-komunitas terhadap Agrowisata Sondokoro. Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk mengambil judul mengenai **ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN DALAM UPAYA MEMBANGUN KOMUNITAS PENGUNJUNG AGROWISATA SONDOKORO KARANGANYAR.**

B. PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini difokuskan pada bagaimana pengaruh pelayanan terhadap tingkat kepuasan dalam upaya membangun komunitas pengunjung di Agrowisata Sondokoro?.

C. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan perumusan masalah di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap tingkat kepuasan dalam upaya membangun komunitas pengunjung Agrowisata Sondokoro.

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini dapat digunakan perusahaan sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatkan kualitas pelayanan agar dapat tercipta kepuasan bagi pengunjung dan terjadinya pembelian ulang.

2. Bagi penulis

Penulis dapat menerapkan teori yang diperoleh dari mata kuliah kemudian diterapkan kedalam praktek lapangan serta sebagai aplikasi dari teori pemasaran khususnya mengenai kepuasan konsumen.

3. Bagi pihak lain

Dapat digunakan sebagai acuan bagi pihak lain yang akan melakukan penelitian dengan tema yang sama.

E. METODE PENELITIAN

1. Desain penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan menggunakan desain survei. Teknik studi deskriptif adalah studi yang memfokuskan pada jawaban atas pertanyaan siapa, kapan, apa, di mana dan bagaimana (Haryanto dan Sinto Sunaryo, 2007). Penelitian survei adalah riset dengan berinteraksi dengan responden untuk mendapatkan data, fakta, pendapat dan sikap-sikap (Haryanto dan Sinto Sunaryo, 2007). Penelitian ini

berdasarkan survey menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada pengunjung Agrowisata Sondokoro.

2. Objek penelitian

Penelitian dilakukan di Agrowisata Sondokoro, yang berlokasi di desa Ngijo, kecamatan Tasikmadu, Karanganyar sesuai dengan tujuan penulisan tugas akhir yaitu analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan dalam upaya membangun komunitas di Agrowisata Sondokoro.

3. Jenis dan sumber data

1) Data Primer

Terdiri dari informasi yang dikumpulkan sendiri untuk maksud khusus yang diinginkan saat ini (kotler,1994). Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari kuisisioner yang diisi oleh responden

2) Data Sekunder

Merupakan informasi yang telah tersedia di suatu tempat, yang telah dikumpulkan untuk maksud-maksud lain (kotler,1994). Data sekunder diperoleh dari perusahaan mengenai gambaran umum dan sejarah perusahaan, visi dan misi, kegiatan perusahaan, wahana, struktur organisasi, dan lain-lain.

4. Populasi dan teknik pengambilan sample

a. Populasi

Populasi adalah seluruh kejadian, orang atau sesuatu yang menarik dimana peneliti akan menelitinya (Sekaran dalam Haryanto dan Sinto Sunaryo, 2007). Populasi dalam penelitian

ini adalah para pengunjung yang pernah datang ke Agrowisata Sondokoro.

b. Sampel

Sampel adalah bagian populasi yang dianggap mewakili populasi Teknik pengambilan sampel menggunakan pendekatan *Convenience Sampling* yaitu pengambilan sample berdasarkan anggota populasi yang mudah ditemui. Jumlah sampel yang digunakan adalah sebanyak 100 responden.

5. Teknik Pengumpulan Data

a. Kuesioner

Kuesioner (Haryanto dan Sinto Sunaryo, 2007) adalah pengumpulan data dengan menggunakan satu set daftar pertanyaan yang mana jawaban responden tercatat. Kuesioner tersebut bertujuan untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung dalam upaya membangun komunitas di Agrowisata Sondokoro

1. Pertanyaan yang diajukan kepada responden terdiri dari
Pertanyaan umum mengenai klasifikasi responden
2. Pertanyaan khusus mengenai kualitas pelayanan Agrowisata Sondokoro.

b. Wawancara

Menggunakan wawancara tidak terstruktur sehingga peneliti tidak perlu menyiapkan daftar pertanyaan terlebih dahulu.

c. Studi Observasi

Studi Observasi adalah pengumpulan data tanpa harus bertanya kepada responden (Haryanto dan Sinto Sunaryo, 2007). Data diperoleh melalui pengamatan langsung pada responden pada saat berkunjung di Agrowisata Sondokoro.

6. Definisi Operasional

Lima dimensi Utama yang menentukan kualitas jasa sebagai berikut: *Tangible* (bukti fisik), *Reliability* (keandalan), *Resonsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan), *Emphaty* (perhatian)

Untuk penilaian terhadap atribut pelayanan menggunakan 5 tingkat (likert) dikelompokkan menjadi 5 yaitu :

SP : Sangat Puas

P : Puas

KP : Kurang Puas

TP : Tidak Puas

STP : Sangat Tidak Puas

7. Teknik Pembahasan

Teknik pembahasan dalam penelitian ini menggunakan pembahasan deskriptif yaitu suatu teknik untuk membuat gambaran atau deskriptif secara sistematis, faktual dan akurat mengenai suatu objek yang diteliti. Uji ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh pelayanan terhadap tingkat kepuasan dalam upaya membangun komunitas di Agrowisata Sondokoro.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran. (kotler,1994)

Tujuan Pemasaran adalah membuat agar penjualan berlebih-lebihan dan mengetahui serta memahami konsumen dengan baik sehingga produk atau pelayanan cocok dengan konsumen tersebut dan laku dengan sendirinya (kotler,1994).

Pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang, jasa, ide kepada pasar sasaran agar dapat mencapai tujuan organisasi (Swastha, 1988).

B. Definisi Manajemen Pemasaran

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 (Swastha dan Irawan,1990).

Manajemen Pemasaran adalah seni dan ilmu memilih pasar sasaran sasaran dan mendapatkan, mempertahankan, dan

menumbuhkan pelanggan melalui penciptaan, penyampaian, dan pengkomunikasian nilai pelanggan superior (Khoiriyah, 2007).

C. Konsep Pemasaran

Konsep Pemasaran adalah kunci untuk mencapai tujuan organisasi, terdiri dari pemenuhan kebutuhan, dan keinginan pasar sasaran, serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien (Kotler, 1991). Dalam kondisi bisnis dalam kondisi masa sekarang ini konsep pemasaran harus digunakan untuk mencapai sukses bagi perusahaan. Pemasaran berawal dari suatu ide bahwa untuk mencapai laba jangka panjang perusahaan harus dapat memahami konsumen beserta keinginannya. Untuk itu perusahaan harus membagi pasarnya dalam segmen-segmen atau kelompok konsumen serta menentukan keinginan dari masing-masing segmen tersebut.

D. Pengertian Jasa

Setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Proses produksinya mungkin dan mungkin tidak dikaitkan dengan suatu produk fisik (Kotler, 1993).

Empat karakteristik yang dimiliki oleh suatu jasa:

a. Tidak berwujud

Tidak seperti produk fisik, jasa tidak bisa dilihat, dirasa, diraba, didengar, atau dicium sebelum anda membelinya.

b. Tidak dapat dipisahkan

Jasa pada dasarnya dihasilkan dan dikonsumsi pada waktu yang sama.

c. Berubah-ubah

Jasa sangat bergantung pada siapa yang menyajikan, kapan dan di mana disajikan.

d. Daya tahan

Jasa tidak dapat disimpan untuk pemakaian yang akan datang.

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.

E. Kualitas Pelayanan

Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain yang langsung, dalam hal ini perusahaan akan selalu memberikan informasi baik langsung maupun tidak langsung serta melayani keinginan dan kebutuhan konsumen.

Pelayanan merupakan sebagian kecil atau sebagian besar dari keseluruhan yang ditawarkan. Pada kenyataannya, tawaran tersebut dapat berkisar dari semata-mata barang sampai ke semata-mata jasa.

Empat kelompok penawaran:

1. Barang yang sepenuhnya berwujud.

Dalam hal ini tawaran terutama terdiri dari suatu barang berwujud.

2. Barang berwujud dengan jasa pelayanan.

Dalam hal ini tawaran terdiri dari barang berwujud yang diikuti oleh satu atau beberapa jasa untuk meningkatkan daya tarik konsumen.

3. Jasa pelayanan pokok yang disertai barang dan jasa tambahan.

Dalam hal ini tawaran berupa jasa pelayanan utama yang disertai dengan beberapa jasa tambahan dan atau barang pendukung.

4. Hanya jasa saja.

Dalam hal ini tawaran pada pokoknya berupa jasa.

Agrowisata Sondokoro merupakan salah satu contoh kelompok penawaran yang menjual hanya jasa saja, dengan unsur yang berwujud seperti wahana-wahana rekreasi, graha Sondokoro, gedung Pindusita.

F. Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dan Armstrong kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan di mana perkiraan kinerja produk sesuai dengan harapan pembeli. Kepuasan pelanggan bergantung pada perkiraan kinerja produk dalam memberikan nilai, relatif terhadap harapan pembeli, jika kinerja produk jauh lebih rendah dari harapan pelanggan, pembeli tidak terpuaskan, jika kinerja melebihi yang diharapkan, pembeli terpuaskan.

Sedangkan menurut Khoiriyah kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang terjadi dari perbandingan antara kinerja produk yang dirasakan dengan pengharapannya.

Mengukur kepuasan menurut Khoiriyah adalah sebagai berikut:

1. Sistem keluhan dan saran

Memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang digunakan dapat berupa kotak saran, telepon khusus bebas pulsa, dan lain-lain.

2. Survei kepuasan pelanggan

Melalui survei perusahaan memperoleh *feedback* atau umpan balik secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda positif bahwa perusahaan menaruh perhatian pada pelanggan.

3. *Ghost Shopping*

Mempekerjakan orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan produk perusahaan dan pesaing

berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. selain itu *ghost shopper* juga dapat mengamati cara perusahaan dan pesaingnya melayani permintaan pelanggan, menjawab pertanyaan pelanggan dan menangani keluhan pelanggan.

4. Analisis pelanggan yang hilang

Perusahaan menghubungi pelanggan yang telah berhenti membeli, yang diharapkan adalah akan diperoleh informasi penyebab terjadinya hal tersebut, informasi tersebut bermanfaat bagi perusahaan untuk mengambil kebijakan selanjutnya dalam rangka meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

G. Loyalitas

Loyalitas adalah setia pada sesuatu dengan rasa cinta sehingga dengan rasa loyalitas yang tinggi seseorang merasa tidak perlu untuk mendapatkan imbalan dalam melakukan sesuatu untuk orang lain atau perusahaan tempat meletakkan loyalitasnya.

Loyalitas konsumen adalah suatu ukuran kesetiaan dari pelanggan dalam menggunakan suatu merek produk atau jasa pada kurun waktu tertentu pada situasi dimana banyak pilihan produk atau jasa yang dapat memenuhi kebutuhan dan pelanggan memiliki kemampuan untuk mendapatkannya.

Secara umum, loyalitas tidak bisa dirumuskan. Namun demikian, terdapat beberapa karakteristik umum yang bisa

diidentifikasi apakah seorang konsumen mendekati loyalitas atau tidak. Menurut Assael (dalam Sutisna, 2001) mengemukakan empat hal yang menunjukkan kecenderungan konsumen yang loyal sebagai berikut:

1. Konsumen yang loyal cenderung lebih percaya diri terhadap pilihannya.
2. Konsumen yang loyal lebih memungkinkan merasakan tingkat risiko yang lebih tinggi dalam pembeliannya.
3. Konsumen yang loyal terhadap merek juga lebih loyal terhadap toko.
4. kelompok konsumen yang minoritas cenderung untuk lebih loyal terhadap merek.

H. Pengertian Pariwisata

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 pekan pariwisata, penyediaan angkutan dan lain sebagainya, semua ini disebut kegiatan kepariwisataan. (Soekadijo, 1996).

Pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain, dengan maksud bukan untuk berusaha (*bussiness*) atau mencari nafkah ditempat yang dikunjungi, tapi semata-mata untuk menikmati

peralanan tersebut guna bertamasya dan berekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam (Yoeti, 2001).

Menurut Undang-undang Nomor 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisata Bab I Pasal 1 ; dinyatakan bahwa wisata adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati obyek dan daya tarik wisata.

Jadi pengertian wisata itu mengandung unsur yaitu :

- (1) Kegiatan perjalanan
- (2) Dilakukan secara sukarela
- (3) Bersifat sementara
- (4) Perjalanan itu seluruhnya atau sebagian bertujuan untuk menikmati obyek dan daya tarik wisata.

Pengertian Industri Pariwisata

Pariwisata seperti halnya rekreasi, bukanlah suatu industri, pariwisata lebih tepat disebut sebagai aktivitas, tapi dari segi ekonomi, aktivitas tersebut menciptakan permintaan yang memerlukan pasaran bagi produk atau pelayanan yang dihasilkan perusahaan yang masing-masing terpisah tapi saling melengkapi. Sebagai akibat dari adanya orang yang melakukan perjalanan dapat menciptakan permintaan akan jasa-jasa pelayanan dari macam-macam perusahaan yang secara bersama dapat disebut industri pariwisata.

Pengertian industri pariwisata menurut R.S Darmajati (dalam Sihite, 2000) adalah rangkuman dari berbagai macam usaha yang

secara bersama-sama menghasilkan produk-produk atau jasa-jasa atau layanan-layanan yang nantinya baik secara langsung maupun tidak langsung akan dibutuhkan oleh wisatawan selama perjalanan.

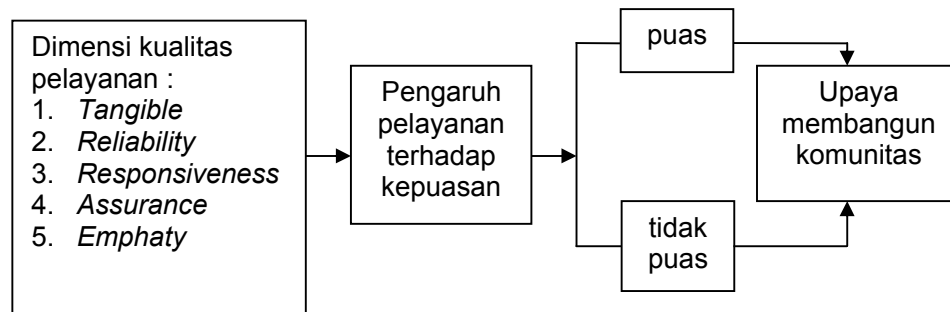
Pengertian Obyek Wisata

Pengertian 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 berwujud keadaan alam serta flora dan fauna.
- b. Obyek dan daya tarik wisata hasil karya manusia yang berwujud museum peninggalan purbakala, peninggalan sejarah, seni budaya, wisata agro, wisata tirta, wisata petualangan, taman rekreasi dan tempat hiburan.

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

I. Kerangka Pemikiran



GAMBAR 2.1

KERANGKA PEMIKIRAN

Keterangan :

Dari kerangka pemikiran tersebut dapat dijelaskan bahwa untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen dalam upaya membangun komunitas pengunjung Agrowisata Sondokoro digunakan lima dimensi kualitas pelayanan meliputi: *tangibles* (buktifisik), *reability* (keandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan) dan *emphaty* (perhatian). Adanya kualitas pelayanan dimulai dari adanya kebutuhan pelanggan yang kemudian akan timbul rasa kepuasan jika pengunjung mendapatkan pelayanan yang sesuai atau lebih dari harapan dan rasa tidak puas jika pengunjung mendapatkan pelayanan yang kurang dari harapan. Kepuasan yang dirasakan oleh pengunjung, akan mewujudkan adanya suatu keinginan dari pengunjung tersebut untuk membentuk suatu komunitas dengan orang-orang yang memiliki ketertarikan yang sama sebagai wujud kecintaan terhadap Agrowisata Sondokoro.

BAB III

PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Obyek Wisata Agrowisata Sondokoro

1. Sejarah dan Perkembangan

Obyek Agrowisata Sondokoro di resmikan pada tanggal 18 Desember 2005. Dahulu kompleks Pabrik Gula Tasikmadu hanya sebagai taman berupa lahan kosong yang kurang terawat, yang rimbun dengan pepohonan yang berusia ratusan tahun, mesin-mesin penggilingan tebu yang berusia ratusan tahun, serta peninggalan-peninggalan lainnya yang memiliki potensi nilai jual yang tinggi. Kemudian Pabrik Gula Tasikmadu mencoba melakukan diversifikasi perusahaan dengan merealisasikan Agrowisata Sondokoro tersebut sebagai tempat wisata yang unik, dengan nuansa tempo doeloe. Awal mulanya kegiatan rekreasi di kompleks Agrowisata Sondokoro dimulai dengan pemanfaatan sepur tebu yang disewakan pada masyarakat sekitar pabrik gula, kemudian diikuti dengan pendirian Resto Sondokoro yang menawarkan paket makan dan minuman di mulai pada tahun 2005 dan penambahan fasilitas wahana rekreasi lainnya.

Pemberian nama Agrowisata Sondokoro berasal dari sejarah yang ada di wilayah desa Ngijo, Kecamatan Tasikmadu, Kabupaten Karanganyar tempat berdirinya Pabrik Gula Tasikmadu. Dulunya Desa Ngijo itu bernama Desa Sondokoro, yang diambil dari nama

kedua tokoh yang berkuasa dan disegani diwilayah tersebut, yaitu Ki Sondo dan Ki Koro. Adapun bukti keberadaan kedua tokoh ini dapat dilihat dari peninggalan berupa petilasan yang berada dalam kompleks Agrowisata Sondokoro, tepatnya berada disebelah timur disekitar kolam renang dan jalan refleksi. Kemudian nama Sondokoro diubah oleh KGPAA Mangkoenagoro IV, dengan nama Tasikmadu yang mempunyai arti Danau Madu, karena adanya Pabrik Gula dengan harapan hasil gula pabrik bagaikan Danau Gula. 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.

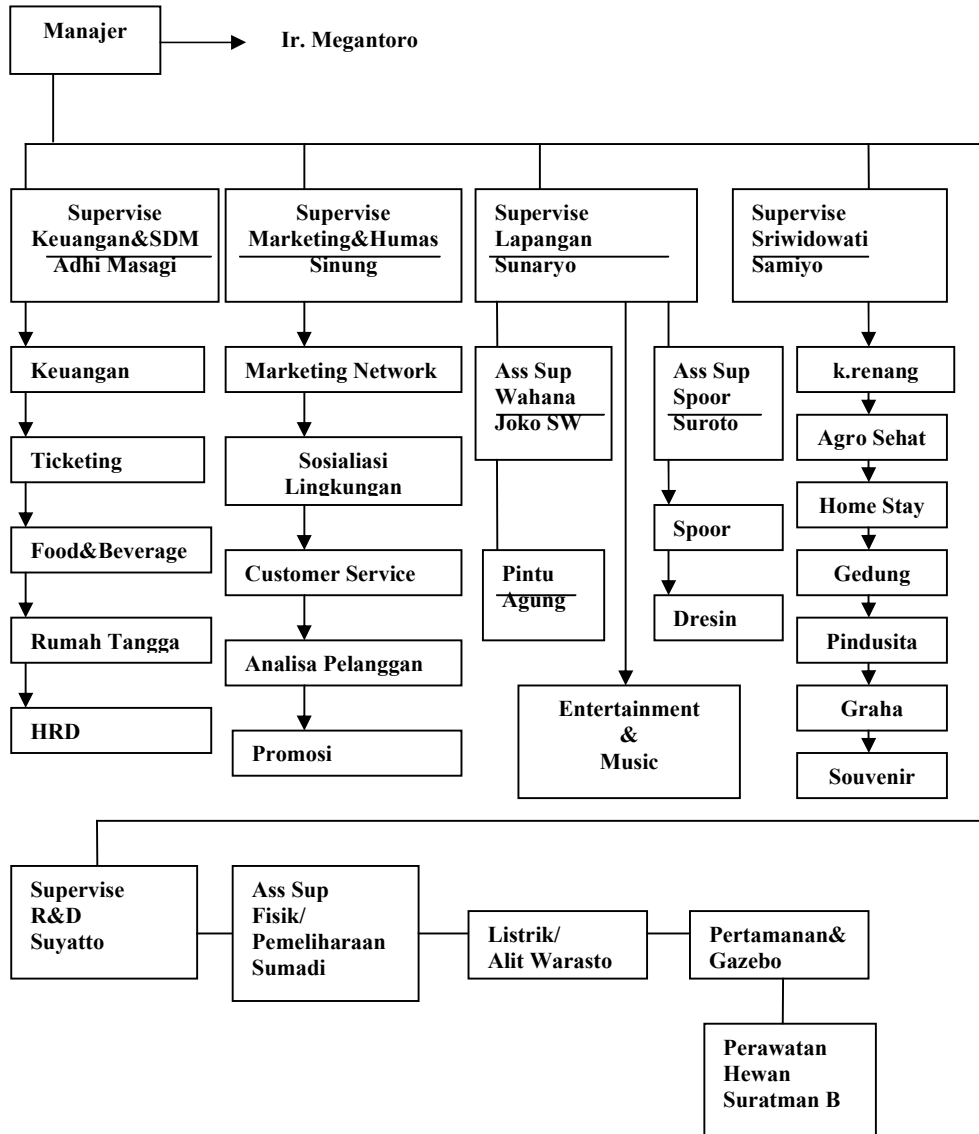
Agrowisata Sondokoro sudah berkembang tiga setengah tahun. Dengan jumlah pengunjung yang semakin hari semakin bertambah. Pengunjung Agrowisata Sondokoro tidak hanya wisatawan domestik, jangkauan wilayah pengunjung tidak hanya sekitar Kabupaten Karanganyar, namun hingga jangkauan luar daerah Kabupaten Karanganyar hingga mancanegara seperti wisatawan Inggris, Jerman dan Belanda. Mereka ingin melihat benda-benda peninggalan sejarah yang langka ditemukan di daerah lain itu. Terutama lokomoti-lokomotif yang langka.

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.

Agrowisata Sondokoro mempunyai luas area perusahaan kurang lebih 22 hektar, dengan pembagian masing-masing wahana menempati lahan seluas 200 s/d 300 m, disamping untuk fasilitas taman, parker dan kafe. Obyek Wisata ini berlokasi menjadi satu dengan area Pabrik Gula Tasikmadu.

GAMBAR 3.1

STRUKTUR ORGANISASI
AGROWISATA SONDOKORO 2009



2. Deskripsi Jabatan

a. Manajer

Bertanggung jawab terhadap jalan operasional Agrowisata Sondokoro baik di bidang SDM, operasi lapangan, manajemen, kerjasama dengan pihak ketiga, jenis wisata. Manajer membawahi seluruh staf pelaksanaan yang ada di Agrowisata Sondokoro.

b. Bagian Pemasaran (*Marketing*)

Bertanggung jawab terhadap penyebaran, pengenalan dan memasarkan obyek Agrowisata Sondokoro ke berbagai pihak di dalam maupun di luar Kabupaten Karanganyar serta bertanggung jawab pada pihak ketiga.

c. Bagian Pertamanan dan Kolam Renang

Bertanggung jawab terhadap perawatan kolam renang dan penataan taman dari segi kebersihan dan keindahan.

d. Bagian Keuangan (administrasi)

Bertanggung jawab terhadap administrasi keuangan secara keseluruhan, baik pemasukan maupun pengeluaran.

e. Bagian Pengembangan

Bertanggung jawab terhadap perbaikan dan pengembangan baik kegiatan-kegiatan, gedung maupun wahana wisata.

f. Bagian Entertainer (*event*)

Bertanggung jawab terhadap situasi dan jalannya berbagai pertunjukan hiburan seperti *live music, band* dll.

g. Koordinator Lapangan

Bertanggung jawab terhadap situasi dan jalannya wahana secara keseluruhan dalam melayani dan menerima pengunjung. Bentuk tanggung jawab tersebut seperti :

- Kondisi dan kesiapan setiap wahana
- Prasarana masing-masing wahana
- Kenyamanan
- Keselamatan dan kebersihan
- Kesiapan tenaga pelaksana masing-masing wahana

h. Penanggung Jawab Wahana

Bertanggung jawab terhadap jalannya pelayanan pengunjung dimasing-masing wahana.

4. Personalia

a. Tenaga kerja

Jumlah tenaga kerja pada Agrowisata Sondokoro adalah sebanyak 36 karyawan yang terdiri dari 32 karyawan pria dan 4 karyawan wanita yang memiliki latar belakang pendidikan dari SLTA/ sederajat D3/Sarjana. Setiap karyawan dibekali keterampilan dan kemampuan dalam melayani konsumen untuk melatih karyawan dalam menyelesaikan tugasnya.

TABEL 3.1
KLASIFIKASI TENAGA KERJA AGROWISATA SONDOKORO

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

b. Hari dan Jam Kerja

Jam kerja yang digunakan oleh Agrowisata Sondokoro dimulai pada pukul 08.00 sampai pukul 16.00, hari sabtu dan minggu

mulai pukul 07.00 sampai 17.00 dengan waktu istirahat selama satu jam secara bergiliran. Karyawan Agrowisata Sondokoro dalam satu bulan bekerja selama 26 hari dengan 1 kali libur di setiap minggunya selain hari sabtu dan minggu karyawan tidak diperbolehkan libur, hal ini dikarenakan pada hari tersebut pengunjung sangat banyak sehingga diperlukan pelayanan yang maksimal terhadap konsumen.

c. **Kompensasi**

Gaji bagi karyawan Agrowisata Sondokoro diberikan setiap satu bulan sekali yaitu pada awal bulan. Dalam jumlah gaji sesuai dengan masing-masing jabatan.

5. Visi, Misi, Tujuan dan Sasaran

a) Visi Agrowisata Sondokoro

Visi yang dicanangkan oleh Agrowisata Sondokoro dalam membuat dan mengembangkan adalah “Menjadi Agrowisata Unggulan Sebagai Bagian dari Aktivitas Bisnis yang Mendukung Profitisasi Perusahaan.

b) Misi Agrowisata Sondokoro

- 1) Menggali potensi keunikan nuansa Tempo Doeloe yang merupakan ciri khas Pabrik Gula yang dibangun pada Abad 18.

- 2) Wisata Spoor Teboe dengan Loko Uap Kuno merupakan *brand image* dari Agrowisata Sondokoro.
- 3) Menjadi sarana pendidikan bagi pengembangan ilmu pengetahuan tentang industri gula berbasis bahan baku tebu di Indonesia dari generasi ke generasi.
- 4) Memberikan manfaat *multiplier effect* terhadap kegiatan bisnis masyarakat lingkungan.

c) Tujuan

Awal mulanya didirikan Agrowisata Sondokoro adalah:

- a. Pengembangan usaha/difersifikasi sebagai antisipasi terhadap menurunnya produk tebu dari petani.
- b. Pengenalan proses pengolahan gula dari bahan dasar tebu sampai menjadi gula pasir siap saji.
- c. Pengenalan berbagai produk dari bahan dasar gula.
- d. Pengenalan berbagai jenis mesin, bahan kimia.
- e. Pemberian sarana atau fasilitas rekreasi bagi masyarakat sekitar pabrik (yang sebagian bekerja sebagai petani dan buruh pabrik) dengan pelayanan yang terjangkau.
- f. Pemanfaatan fasilitas lahan dan inventaris pabrik (lokomotif spor tebu) agar dapat dinikmati oleh masyarakat luas.
- g. Mendukung PEMKAB Karanganyar, untuk menjadikan Kabupaten Karanganyar sebagai wisata berskala nasional maupun internasional.

d) Sasaran

Sasaran yang ingin dicapai pengelola Obyek Wisata Sondokoro dengan tempat didaerah pinggiran dan ditengah perkampungan penduduk adalah Masyarakat sekitar pabrik yang berlatar belakang pengusaha, pertanian dan buruh pabrik.

6. Kegiatan Pemasaran

a. Produk

Obyek Agrowisata Sondokoro terdapat dalam kompleks Pabrik Gula Tasikmadu dengan alamat Desa Ngijo, Kec. Tasikmadu, Kab. Karanganyar. Pada dasarnya produk yang ditawarkan Agrowisata Sondokoro terbagi menjadi dua yaitu :

1) Wisata *Education*

- a) Pada paket wisata ini pengunjung didampingi seorang pemandu yang memperkenalkan secara langsung dalam proses pengolahan gula mulai dari bahan dasar sampai menjadi gula pasir siap saji.
- b) Pengenalan berbagai mesin dan bahan kimia yang dipergunakan dalam pengolahan tebu menjadi gula.
- c) Pengolahan dan pemanfaatan sisa/residu dari proses pembuatan gula.

2) Wisata *Entertainment/ Budaya*

Obyek Wisata Sondokoro menyediakan berbagai wahana rekreasi kepada masyarakat seperti :

- Sri Widowati Area (Kolam renang dan Cafeteria)
- Motor Listrik - Spoor Teboe
- Spoor Gula - Spoor Sakarosa
- *Flying Fox* - Jembatan Gantung
- Taman Air - Dunia Kreasi
- *Kid's Fun* - Wisata Pabrik Gula
- Panjat Dinding - Ruang *Meeting*
- Agro Sehat - *Live Music*
- Graha Sondokoro - Taman Bermain Anak
- Lapangan Tenis - Bursa Tanaman Hias
- Griya Resto Sondokoro- Aneka Souvenir
- Monumen Giling - Perpustakaan
- Peninggalan KGPAA Mangkoenegoro IV

b. Harga/Tarif Masuk

Agrowisata Sondokoro memberikan tarif masuk relatif murah dapat dijangkau oleh berbagai kalangan. Dengan tarif masuk sebesar Rp 3000,- pengunjung dapat langsung menikmati berbagai fasilitas yang telah disediakan didalam kompleks Agrowisata Sondokoro.

Untuk memasuki wahana Wisat, dikenakan tarif masing-masing sebagai berikut:

TABEL 3.2
TARIF/HARGA TIAP WAHANA

Fasilitas	Harga/tarif	Fasilitas	Harga/tarif
Sri Widowati Area	Rp 5000	Wisata Pabrik gula	Rp 8000
Motor Listrik	Rp 3000	Graha Sondokoro	Rp 200.000/jam
Spoor teboe	Rp 6000	Ruang <i>Meeting</i>	Rp 150.000/jam
Spoor gula	Rp 4000	Lapangan Tennis	Rp 100.000/jam
Spoor Sakarosa	Rp 6000	<i>Live Music</i>	
<i>Flying Fox</i>	Rp 5000	Peninggalan KGPAA Mangkoenagoro IV	
Jemb. Gantung	Rp 3000	Taman Bermain Anak	
Taman Air	Rp 3000	Monumen Giling	
Dunia Kreasi	Rp 3000	Bursa Tanaman Hias	
Panjat Dinding	Rp 5000	Perpustakaan	
<i>Kid's Fun</i>	Rp 3000	Aneka Souvenir	
Agro Sehat	Rp 3000		

Sumber : Agrowisata Sondokoro

c. Tempat

Lokasi Agrowisata Sondokoro terletak di Desa Ngijo, kecamatan Tasikmadu, Kabupaten Karanganyar, tempat tersebut sangat strategis, sehingga mudah untuk dijangkau.

d. Promosi

Promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran (Swastha dan Irawan, 1990). Untuk meningkatkan umlah pengunjung Agrowisata Sondokoro melakukan penyebaran brosur dan memberikan potongan harga kepada pengunjung jika lebih lebih dari 10 orang maka akan mendapatkan potongan harga sebesar 10%.

B. Laporan Magang Kerja

1. Pengertian Magang Kerja

Magang kerja merupakan kegiatan yang dilaksanakan oleh mahasiswa dengan cara mahasiswa diterjunkan langsung dalam dunia kerja agar mahasiswa dapat melihat secara langsung penerapan dari berbagai teori yang telah dipelajari selama perkuliahan.

2. Tujuan Magang Kerja

a. Tujuan Umum

- Menyelaraskan antara pencapaian pembelajaran di kampus dengan dinamika pekerjaan di masyarakat.
- Untuk meningkatkan kualitas lulusan yang memiliki kompetensi dan daya saing.

b. Tujuan Khusus

- Memberdayakan mahasiswa dan meningkatkan wawasan pekerjaan melalui pengalaman kerja.
- Melihat mahasiswa memasuki dunia kerja dan pengayaan wawasan pekerjaan.

3. Manfaat Magang Kerja

a. Bagi Mahasiswa

- Dapat melihat secara jelas bagaimana proses produksi atau kegiatan yang terjadi pada objek penelitian.
- Memberikan keterampilan dan pengalaman kerja pada mahasiswa.

b. Bagi Perguruan Tinggi

- Terjalin hubungan kerjasama yang lebih baik dengan perusahaan yang ditempati untuk magang kerja.
- Dapat mengetahui sejauh mana ilmu yang diserap oleh mahasiswa selama kuliah.

c. Bagi perusahaan

- Menjalin kerja sama dengan dunia pendidikan
- Tidak tertutup kemungkinan adanya saran dari mahasiswa yang bersifat membangun dan menyempurnakan.

4. Kegiatan Selama Magang Kerja

a. Tempat dan Waktu pelaksanaan magang kerja

Magang kerja dilakukan di Agrowisata Sondokoro yang letaknya di Desa Ngijo, kecamatan Tasikmadu, Kabupaten Karanganyar. Magang kerja diselenggarakan selama satu bulan yaitu mulai tanggal 16 Februari sampai 16 Maret 2009. Waktu pelaksanaan dimulai jam 08.00 – 16.00 wib yaitu pada hari selasa hingga hari minggu, pada hari senin diberikan libur bagi mahasiswa magang.

b. Kegiatan yang dilakukan selama 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. 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 mulai pelatihan kerja untuk membantu karyawan di masing-masing wahana, seperti melayani pengunjung dalam pembelian tiket, memberi informasi kepada pengunjung, dan melayani keluhan-keluhan pengunjung.

Pada minggu ketiga, tugas 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 itu, mahasiswa harus memandu pengunjung sendiri. Selain kegiatan tersebut, mahasiswa juga mencari data yang dibutuhkan dalam penyelesaian tugas akhir.

C. PEMBAHASAN MASALAH

Pada bagian ini akan dijelaskan tentang karakteristik responden penelitian. Data dianalisis meliputi jenis kelamin, umur, jenis pekerjaan, frekuensi kunjungan.

1. Karakteristik Responden

a. Jenis Kelamin

Jumlah responden berdasarkan jenis kelamin diuraikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 3.3
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-laki	35	35%
Perempuan	65	65%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data Primer 2009

Dari tabel 3.3 dapat diketahui bahwa dari 100 responden yang diambil dalam penelitian berdasarkan jenis kelamin adalah responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 35% sedangkan responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 65%. Hal ini membuktikan bahwa sebagian besar pengunjung Agrowisata Sondokoro adalah berjenis kelamin perempuan. Ini menunjukkan bahwa perempuan lebih dominan berekreasi bersama anak-anaknya daripada laki-laki.

b. Umur

Jumlah responden berdasarkan umur diuraikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 3.4
Responden berdasarkan umur

Umur	Frekuensi	Persentase(%)
≤ 20 tahun	22	22%
21-30 tahun	51	51%
31-40 tahun	13	13%
41-50 tahun	12	12%
≥ 51 tahun	2	2%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data Primer 2009

Dari tabel 3.4 dapat diketahui bahwa 100 responden yang diambil dalam penelitian berdasarkan umur adalah responden yang

berusia kurang dari 20 tahun adalah sebanyak 22%, berusia 21-30 tahun adalah sebanyak 51%, berusia 31-40 adalah sebanyak 13%, berusia 41-50 adalah sebanyak 12% dan berusia lebih dari 51 tahun adalah sebanyak 2%. Hal ini menunjukkan mayoritas responden berusia 21-30 tahun dimana pengunjung lebih dominan pada umur remaja atau dewasa.

c. Pekerjaan

Jumlah responden berdasarkan pekerjaan diuraikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 3.5
Responden berdasarkan jenis pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
PNS/TNI/POLRI	9	9%
Pegawai Swasta	25	25%
Wiraswasta	20	20%
Mahasiswa/Pelajar	38	38%
Lainnya	8	8%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data Primer 2009

Dari tabel 3.5 dapat diketahui bahwa 100 responden yang diambil berdasarkan jenis pekerjaan, yang memiliki pekerjaan sebagai PNS/TNI/POLRI sebanyak 9%, yang memiliki pekerjaan sebagai pegawai swasta sebanyak 25%, responden yang memiliki pekerjaan sebagai Wiraswasta sebanyak 20%, responden sebagai Mahasiswa/Pelajar sebanyak 38%, dan yang lainnya adalah sebanyak 8%. Hal ini menunjukkan bahwa pengunjung Agrowisata Sondokoro yang dominan adalah mahasiswa/pelajar.

d. Frekuensi Kunjungan

Jumlah responden berdasarkan frekuensi kunjungan dari pengunjung baru diuraikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 3.6
Responden berdasarkan frekuensi kunjungan dari pengunjung baru

Frekuensi kunjungan	Frekuensi	Persentase
≤ 3 kali	82	82%
3-5 kali	13	13%
≥ 5 kali	5	5%
jumlah	100	100%

Sumber: Data Primer 2009

Berdasarkan tabel 3.6 dapat diketahui bahwa 100 responden yang diambil dalam penelitian berdasarkan frekuensi kunjungan dari pengunjung baru adalah responden yang pernah berkunjung kurang dari 3 kali adalah sebanyak 82%, responden yang berkunjung sebanyak 3-5 kali adalah sebanyak 13%, dan yang berkunjung lebih dari 5 kali adalah sebanyak 5%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pengunjung yang mengunjungi Agrowisata Sondokoro adalah kurang dari 3 kali, karena pengunjung yang datang ke Agrowisata Sondokoro sebagian besar merupakan pengunjung baru.

2. Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa

Meliputi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan perhatian.

Penilaian dimensi kualitas pelayanan jasa dikelompokkan menjadi 5 yaitu:

Sangat Puas, Puas, Kurang Puas, Tidak Puas, dan Sangat Tidak Puas.

1) *Tangibles*/ Bukti Fisik

Penampilan fisik meliputi sarana dan peralatan, kebersihan, keindahan, kenyamanan, penampilan pegawai, dan letak lokasi.

a. Sarana dan peralatan yang memadai

Tabel 3.7
Sarana dan peralatan yang memadai
di Agrowisata Sondokoro

Skala penilaian	Frekuensi	Persentase(%)
Sangat Puas	13	13%
Puas	54	54%
Kurang Puas	41	41%
Tidak Puas	2	2%
Sangat Tidak Puas	-	-
Jumlah	100	100%

Sumber: Data Primer 2009

Dari Tabel dapat diketahui bahwa dari 100 responden yang diambil dalam penelitian ini, responden yang merasakan sangat puas terhadap sarana dan peralatan adalah sebanyak 13%, yang merasakan Puas sebanyak 54%, yang merasakan Kurang Puas sebanyak 41%, yang merasakan Tidak Puas sebanyak 2%. Hal ini menunjukkan bahwa sarana dan peralatan di Agrowisata Sondokoro sudah memadai, adapun ketidak puasan pengunjung karena pihak Agrowisata Sondokoro kurang menjaga sarana dan peralatan sehingga terkesan tidak terawat.

b. Kebersihan, keindahan, kenyamanan tempat

Tabel 3.8
Kebersihan, Keindahan, dan Kenyamanan Tempat

Skala penilaian	Frekuensi	Persentase(%)
Sangat Puas	13	13%
Puas	58	58%
Kurang Puas	24	24%
Tidak Puas	5	5%
Sangat Tidak Puas	-	-
Jumlah	100	100%

Sumber: Data Primer 2009

Dari tabel dapat diketahui bahwa dari 100 responden yang diambil dalam penelitian ini, responden berpendapat sangat puas terhadap kebersihan, keindahan dan kenyamanan tempat adalah sebanyak 13%, yang berpendapat puas 58%, yang berpendapat kurang puas 24%, dan yang berpendapat tidak puas sebanyak 5%. Hal ini menunjukkan bahwa pengunjung merasa puas dengan kebersihan tempat wisata, keindahan dalam penataan taman dan kenyamanan dalam berwisata, namun kurangnya kesadaran pengunjung untuk membuang sampah pada tempatnya.

c. Penampilan pegawai

Tabel 3.9
Penampilan pegawai

Skala penilaian	Frekuensi	Persentase(%)
Sangat Baik	25	25%
Baik	68	68%
Kurang Baik	3	3%
Tidak Baik	4	4%
Sangat Tidak Baik	-	-
Jumlah	100	100%

Sumber: Data Primer 2009

Dari tabel dapat diketahui bahwa dari 100 responden yang diambil dalam penelitian ini yang berpendapat sangat baik terhadap penampilan pegawai sebanyak 25%, yang berpendapat baik sebanyak 68%, yang berpendapat kurang baik sebanyak 3%, dan yang berpendapat tidak baik sebanyak 4%. Hal ini menunjukkan bahwa pegawai memiliki penampilan yang menarik dan rapi, serta sudah memakai pakaian seragam yang telah ditetapkan oleh Agrowisata Sondokoro.

d. Letak lokasi

Tabel 3.10
Letak Lokasi

Skala penilaian	Frekuensi	Persentase(%)
Sangat Puas	20	20%
Puas	56	56%
Kurang Puas	19	19%
Tidak Puas	5	5%
Sangat Tidak Puas	-	-
Jumlah	100	100%

Sumber: Data Primer 2009

Dari tabel dapat diketahui bahwa dari 100 responden yang diambil dalam penelitian ini yang berpendapat sangat puas terhadap lokasi Agrowisata Sondokoro adalah sebanyak 20%, yang berpendapat puas sebanyak 56%, yang berpendapat kurang puas sebanyak 19%, dan yang berpendapat tidak puas sebanyak 5%. Hal ini menunjukkan bahwa lokasi Agrowisata Sondokoro mudah dijangkau, sedangkan ketidakpuasan pengunjung karena lokasi Agrowisata Sondokoro jauh dari jalan raya sehingga banyak yang tidak tahu.

2) *Responsiveness/ Daya Tanggap*

Kemampuan pelayanan untuk memberikan informasi yang jelas, tanggap terhadap keluhan pengunjung.

- a. Kesiediaan pegawai untuk membantu keinginan dan kebutuhan pengunjung.

Tabel 3.11
Kesiediaan pegawai untuk membantu keinginan dan kebutuhan pengunjung

Skala penilaian	Frekuensi	Persentase(%)
Sangat Puas	13	13%
Puas	59	59%
Kurang Puas	23	23%
Tidak Puas	5	5%
Sangat Tidak Puas	-	-
Jumlah	100	100%

Sumber: Data Primer 2009

Dari tabel 3.11 dapat diketahui bahwa dari 100 responden yang diambil dalam penelitian ini, responden yang berpendapat sangat puas terhadap kesiediaan pegawai untuk membantu keinginan dan kebutuhan pengunjung sebanyak 13%, yang berpendapat puas sebanyak 59%, yang berpendapat kurang puas sebanyak 23%, dan yang berpendapat tidak puas sebanyak 5%. Hal ini menunjukkan bahwa kesiediaan pegawai untuk membantu keinginan dan kebutuhan pengunjung sudah memuaskan, sedangkan ketidakpuasan pengunjung pada sikap pegawai yang kurang bersemangat dalam membantu pengunjung.

b. Ketanggapan pegawai terhadap keluhan pengunjung

Tabel 3.12
Ketanggapan terhadap keluhan pengunjung

Skala penilaian	Frekuensi	Persentase(%)
Sangat Puas	10	10%
Puas	55	55%
Kurang Puas	30	30%
Tidak Puas	5	5%
Sangat Tidak Puas	-	-
Jumlah	100	100%

Sumber: Data Primer 2009

Dari tabel 3.12 dapat diketahui bahwa dari 100 responden yang diambil dalam penelitian ini, responden yang mempunyai pendapat sangat puas sebanyak 10%, sedangkan yang berpendapat puas sebanyak 55%, yang berpendapat kurang puas sebanyak 30%, dan yang berpendapat tidak puas sebanyak 5%. Hal ini menunjukkan bahwa pegawai tanggap terhadap keluhan pengunjung. Ketidakpuasan keluhan terjadi karena keluhan dari pengunjung kurang mendapat respon dari pegawai.

3) *Reliability*/ Keandalan

Merupakan kemampuan untuk memberikan pelayanan sesuai apa yang ditawarkan. Meliputi ketepatan, kecepatan dan keakuratan pegawai dalam memberikan pelayanan dan kesiapan pegawai dalam menyelesaikan masalah.

- a. Ketepatan, kecepatan, dan keakuratan pegawai dalam memberikan pelayanan.

Tabel 3.13
Respon pengunjung terhadap kecepatan dan keakuratan pegawai dalam memberikan pelayanan

Skala penilaian	Frekuensi	Persentase(%)
Sangat Puas	13	13%
Puas	48	48%
Kurang Puas	31	31%
Tidak Puas	8	8%
Sangat Tidak Puas	-	-
Jumlah	100	100%

Sumber: Data Primer 2009

Dari tabel 3.13 dapat diketahui bahwa dari 100 responden yang diambil dalam penelitian ini, responden yang mempunyai pendapat sangat puas sebanyak 13%, yang berpendapat puas sebanyak 48%, yang berpendapat kurang puas sebanyak 31%, dan yang berpendapat tidak puas sebanyak 8%. Hal tersebut menunjukkan bahwa pegawai sudah cepat dan akurat dalam memberikan pelayanan terhadap pengunjung. Adanya ketidakpuasan pengunjung karena pegawai lambat dalam melayani pengunjung.

b. Kesiapan pegawai dalam menyelesaikan masalah

Tabel 3.14
Kesiapan pegawai dalam menyelesaikan masalah

Skala penilaian	Frekuensi	Persentase(%)
Sangat Puas	14	14%
Puas	56	56%
Kurang Puas	28	28%
Tidak Puas	2	2%
Sangat Tidak Puas	-	-
Jumlah	100	100%

Sumber: Data Primer 2009

Dari tabel 3.14 dapat diketahui bahwa dari 100 responden yang diambil dalam penelitian ini, responden yang mempunyai

pendapat sangat puas terhadap kesiapan dari pegawai dalam menyelesaikan masalah sebanyak 14%, yang berpendapat puas sebanyak 56%, yang berpendapat kurang puas 28%, dan yang berpendapat tidak puas sebanyak 2%. Hal tersebut menunjukkan bahwa kesiapan pegawai dalam menyelesaikan masalah yang dialami pengunjung sudah memuaskan. Adanya ketidakpuasan pengunjung karena pegawai menunda-nunda dalam menyelesaikan masalah.

4) Assurance/ Jaminan

Merupakan pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan para pegawai untuk menumbuhkan rasa kepercayaan. Meliputi kesopanan dan keramahan pegawai dalam melayani pengunjung dan pengetahuan dan kecakapan dalam memberikan informasi.

a. Kesopanan dan keramahan pegawai dalam melayani pengunjung

Tabel 3.15
Kesopanan dan keramahan pegawai dalam melayani pengunjung

Skala penilaian	Frekuensi	Persentase(%)
Sangat Puas	19	19%
Puas	64	64%
Kurang Puas	14	14%
Tidak Puas	3	3%
Sangat Tidak Puas	-	-
Jumlah	100	100%

Sumber: Data Primer 2009

Dari tabel 3.15 dapat diketahui bahwa dari 100 responden yang diambil dalam penelitian ini, responden yang mempunyai

pendapat sangat puas terhadap kesopanan dan keramahan pegawai dalam memberikan pelayanan sebanyak 19%, yang berpendapat puas sebanyak 64%, yang berpendapat kurang puas sebanyak 14%, dan yang berpendapat tidak puas sebanyak 3%. Hal tersebut menunjukkan pegawai dalam melayani pengunjung dengan cara sopan, sedangkan ketidakpuasan karena kurangnya keramahan dari pegawai.

b. Pengetahuan dan kecakapan pegawai dalam memberikan informasi.

Tabel 3.16
pengetahuan dan kecakapan pegawai dalam memberikan informasi

Skala penilaian	Frekuensi	Persentase(%)
Sangat Puas	13	13%
Puas	70	70%
Kurang Puas	15	15%
Tidak Puas	2	2%
Sangat Tidak Puas	-	-
Jumlah	100	100%

Sumber: Data Primer 2009

Dari tabel 3.16 dapat diketahui bahwa dari 100 responden yang diambil dalam penelitian ini, responden yang mempunyai pendapat sangat puas terhadap pengetahuan dan kecakapan pegawai dalam memberikan informasi sebanyak 13%, yang berpendapat puas sebanyak 70%, yang berpendapat kurang puas sebanyak 15%, dan yang berpendapat tidak puas sebanyak 2%. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengetahuan dan kecakapan pegawai dalam memberikan informasi sudah jelas dan memuaskan. Adanya ketidakpuasan pengunjung

karena pegawai yang kurang menguasai tentang Agrowisata Sondokoro.

5) *Emphaty/* Perhatian

Merupakan kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik dan memberikan respon terhadap kepada pengunjung.

a. Perhatian pegawai terhadap pengunjung

Tabel 3.17
Perhatian pegawai terhadap pengunjung

Skala penilaian	Frekuensi	Persentase(%)
Sangat Puas	6	6%
Puas	60	60%
Kurang Puas	33	33%
Tidak Puas	1	1%
Sangat Tidak Puas	-	-
Jumlah	100	100%

Sumber: Data Primer 2009

Dari tabel 3.17 dapat diketahui bahwa dari 100 responden yang diambil dalam penelitian ini, responden yang mempunyai pendapat sangat puas terhadap perhatian pegawai dalam sebanyak 6%, yang berpendapat puas sebanyak 60%, yang berpendapat kurang puas sebanyak 33%, dan yang berpendapat tidak puas sebanyak 1%. Hal tersebut menunjukkan bahwa pegawai dapat memberikan perhatian, rasa peduli terhadap pengunjung yang mengalami kesulitan. Adanya ketidakpuasan pengunjung karena pegawai memberikan perhatian secara tidak menyeluruh.

- b. Komunikasi yang baik dengan menerima dan memberikan respon terhadap pengunjung.

Tabel 3.18
Komunikasi yang baik terhadap pengunjung

Skala penilaian	Frekuensi	Persentase(%)
Sangat Puas	14	14%
Puas	58	58%
Kurang Puas	27	27%
Tidak Puas	1	1%
Sangat Tidak Puas	-	-
Jumlah	100	100%

Sumber: Data Primer 2009

Dari tabel 3.18 dapat diketahui bahwa dari 100 responden yang diambil dalam penelitian ini, responden yang mempunyai pendapat sangat puas terhadap komunikasi yang baik terhadap pengunjung tersebut sebanyak 14%, yang berpendapat puas sebanyak 58%, yang berpendapat kurang puas sebanyak 27%, dan yang berpendapat tidak puas sebanyak 1%. Hal tersebut menunjukkan bahwa pegawai dapat berkomunikasi dengan baik kepada pengunjung. Adanya ketidakpuasan pengunjung karena pegawai yang jarang melakukan komunikasi dengan pengunjung.

UPAYA DALAM MEMBANGUN KOMUNITAS

Komunitas adalah sebuah kelompok sosial dari beberapa individu-individu dari berbagai lingkungan, umumnya memiliki ketertarikan yang sama. Dalam komunitas manusia, individu-individu di dalamnya dapat memiliki maksud, kepercayaan, sumber daya, preferensi, kebutuhan,

risiko dan sejumlah kondisi lain yang serupa. Komunitas berasal dari bahasa Latin *communitas* yang berarti "kesamaan", kemudian dapat diturunkan dari *communis* yang berarti "sama, publik, dibagi oleh semua atau banyak"

Pentingnya pelayanan sebagai suatu usaha dalam meningkatkan kepuasan pengunjung akan menghasilkan kesetiaan pengunjung terhadap perusahaan sehingga akan menghasilkan loyalitas dan merupakan kunci utama dalam mempertahankan pelanggan. Pengunjung akan berkunjung kembali karena pelayanan yang memuaskan yang diberikan oleh Agrowisata Sondokoro. Dengan pelayanan yang memuaskan akan timbul keinginan untuk membentuk komunitas-komunitas pengunjung terhadap Agrowisata Sondokoro. Masyarakat cenderung mengapresiasi apa yang mereka sukai atau senang dengan membentuk suatu komunitas dari orang-orang yang memiliki ketertarikan yang sama terhadap suatu hal termasuk kepuasan terhadap pelayanan Agrowisata Sondokoro.

Membangun komunitas yang hidup terhadap Agrowisata Sondokoro membutuhkan suatu kerja keras dalam mewujudkannya dan yang paling penting adalah pelayanan terhadap pengunjungnya agar tercipta suatu kepuasan yang dirasakan oleh pengunjung, sehingga akan terjadi adanya suatu keinginan dari pengunjung tersebut untuk membentuk suatu komunitas sebagai wujud kecintaan terhadap Agrowisata Sondokoro.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dianalisis dan dibahas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa pengaruh pelayanan terhadap tingkat kepuasan dalam upaya membangun komunitas pengunjung Agrowisata Sondokoro adalah sebagai berikut:

1. *Tangibles*/ bukti fisik

59% pengunjung menyatakan puas terhadap sarana dan peralatan yang memadai, kebersihan, keindahan dan kenyamanan tempat, penampilan pegawai, dan letak lokasi.

2. *Responsiveness*/ daya tanggap

57% pengunjung menyatakan puas terhadap ketanggapan mengenai kesediaan pegawai untuk membantu keinginan dan kebutuhan, dan ketanggapan pegawai dalam menghadapi keluhan pengunjung.

3. *Reliability*/ keandalan

52% pengunjung menyatakan puas terhadap ketepatan, kecepatan, dan keakuratan pegawai dalam memberikan pelayanan, dan kesiapan pegawai dalam menyelesaikan masalah.

4. *Assurance*/ Jaminan

67% pengunjung menyatakan puas terhadap kesopanan dan keramahan pegawai dalam melayani pengunjung, dan

pengetahuan serta kecakapan pegawai dalam memberikan informasi.

5. *Emphaty/* Perhatian

59% pengunjung menyatakan puas terhadap perhatian pegawai terhadap pengunjung, dan komunikasi yang baik dengan menerima dan memberikan respon terhadap pengunjung.

Dari hasil penelitian tersebut diperoleh hasil bahwa kualitas pelayanan yang dilakukan oleh Agrowisata Sondokoro terhadap pengunjung sudah cukup memuaskan, karena hasil dari penilaian dimensi kualitas jasa lebih dari 50% meliputi bukti fisik, daya tanggap, keandalan, jaminan, dan perhatian menunjukkan bahwa pengunjung merasa puas akan pelayanan yang diberikan pihak Agrowisata Sondokoro.

Upaya Membangun Komunitas

Membangun komunitas yang hidup terhadap Agrowisata Sondokoro membutuhkan suatu kerja keras dalam mewujudkannya dan yang paling penting adalah pelayanan terhadap pengunjungnya agar tercipta suatu kepuasan yang dirasakan oleh pengunjung, sehingga akan terjadi adanya suatu keinginan dari pengunjung tersebut untuk membentuk suatu komunitas sebagai wujud kecintaan terhadap Agrowisata Sondokoro.

B. Saran

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan maka penulis akan memberikan masukan yang sekiranya dapat memberikan masukan bagi pihak Agrowisata Sondokoro dalam meningkatkan kualitas pelayanan dalam upaya membangun komunitas. Meskipun pelayanan yang diberikan sudah memuaskan, namun perlu dilakukan pengkajian lebih mendalam untuk mempertahankan dan meningkatkan yang sudah baik dan memperbaiki kekurangan:

1. Pihak Agrowisata Sondokoro sebaiknya lebih meningkatkan pemeliharaan peralatan dan sarana yang telah ada, yang merupakan benda-benda bersejarah yang ada di Indonesia.
2. Karyawan atau pegawai sebaiknya diberikan bimbingan dan pengarahan ilmu pengetahuan mengenai Agrowisata Sondokoro agar apabila ada pengunjung yang bertanya mengenai sejarah Agrowisata Sondokoro maka pegawai dapat menjelaskan dengan baik dan juga pemberian pelatihan bagaimana memandu pengunjung baik terhadap individu maupun rombongan.
3. Pihak Agrowisata Sondokoro sebaiknya lebih siap dan tanggap apabila ada rombongan pengunjung yang datang dan segera menjadi pemandu agar rombongan tidak kebingungan saat tiba di lokasi.

4. Pegawai sebaiknya lebih akurat dan cepat terutama dalam memberikan tiket, sehingga tidak terjadi antrean yang panjang, sehingga pengunjung yang akan membeli tiket tidak menunggu lama.
5. Pihak Agrowisata Sondokoro lebih meningkatkan atau mengembangkan atribut-atribut produk wahana agar lebih menarik minat pengunjung untuk datang.
6. Demi menjalin hubungan yang harmonis, pihak Agrowisata Sondokoro sebaiknya memperhatikan keinginan konsumen, sehingga pengunjung akan mendapatkan kesan yang baik dan akan mempunyai keinginan untuk melakukan kunjungan kembali.
7. Pihak Agrowisata Sondokoro sebaiknya memasang petunjuk lokasi di tempat yang strategis secara jelas dan dengan ukuran yang besar agar pengunjung tidak mengalami kesulitan dalam mencari lokasi Agrowisata Sondokoro.

DAFTAR PUSTAKA

- Khoiriyah, Siti. 2007. **Manajemen Pemasaran**. Surakarta : Program Diploma 3 Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi UNS.
- Kotler dan Amstrong. 2000. **Dasar-dasar Pemasaran**. Jakarta: Brenhallindo.
- Kotler, Philip. 1994. **Marketing**. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip. 1993. **Manajemen Pemasaran Jilid 2**. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip. 1999. **Manajemen Pemasaran Jilid 6**. Jakarta : Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. **Manajemen Pemasaran Jasa**. : Jakarta : Salemba Empat.
- Soekardijo. 1996. **Fungsi dan Peranan Pariwisata**. Bandung : CV Remaja Rosdakarya:
- Sunaryo, Sinto dan Haryanto. 2007. **Buku Praktik Riset Pemasaran**. Surakarta : Program Diploma 3 Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi UNS.
- Sutisna.2001. **Perilaku Konsumen**. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Swastha, Basu dan Irawan. 1990. **Manajemen Pemasaran Modern**. Yogyakarta : Liberty.
- Swastha, Basu. 1988. **Manajemen Penjualan**. Yogyakarta : PT BPFE.
- Yoeti, A Oka. 1997. **Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata**. Bandung : Angkasa.
- <http://id.wikipedia.org/wiki/Komunitas>. April26,2009.

LAMPIRAN

KUESIONER

Berikanlah tanda silang (x) pada abjad sesuai dengan pendapat anda

1. Jenis Kelamin
 - A. Laki-laki
 - B. Perempuan
2. Umur
 - A. kurang dari 20 tahun
 - B. 21 – 30 tahun
 - C. 31 – 40 tahun
 - D. 41 – 50 tahun
 - E. Lebih dari 51 tahun
3. Pekerjaan
 - A. PNS/TNI/POLRI
 - B. Peg. Swasta
 - C. Wiraswasta
 - D. Pensiunan
 - E. Mahasiswa
 - F. lainnya
4. Kunjungan yang pernah dilakukan ke Agro Wisata Sondokoro
 - A. 1 kali
 - B. 2 kali
 - C. 3 kali
 - D. 4 kali
 - E. Lebih dari 4 kali
5. Pendapat Anda mengenai *sarana dan peralatan yang memadai* di Agro Wisata Sondokoro
 - A. Sangat Puas
 - B. Puas
 - C. Kurang Puas
 - D. Tidak Puas
 - E. Sangat Tidak Puas
6. Pendapat Anda mengenai *kebersihan, keindahan, kenyamanan tempat* di Agro Wisata Sondokoro
 - A. Sangat Puas
 - B. Puas
 - C. Kurang Puas
 - D. Tidak Puas
 - E. Sangat Tidak Puas

7. Pendapat Anda mengenai *penampilan pegawai* di Agro Wisata Sondokoro
 - A. Sangat Baik
 - B. Baik
 - C. Kurang Baik
 - D. Tidak Baik
 - E. Sangat Tidak Baik
8. Pendapat Anda mengenai *letak lokasi* di Agro Wisata Sondokoro
 - A. Sangat Puas
 - B. Puas
 - C. Kurang Puas
 - D. Tidak Puas
 - E. Sangat Tidak Puas
9. Pendapat Anda mengenai *kesediaan pegawai untuk membantu keinginan dan kebutuhan pengunjung* di Agro Wisata Sondokoro
 - A. Sangat Puas
 - B. Puas
 - C. Kurang Puas
 - D. Tidak Puas
 - E. Sangat Tidak Puas
10. Pendapat Anda mengenai *ketanggapan pegawai dalam menghadapi keluhan pengunjung* di Agro Wisata Sondokoro
 - A. Sangat Puas
 - B. Puas
 - C. Kurang Puas
 - D. Tidak Puas
 - E. Sangat Tidak Puas
11. Pendapat Anda mengenai *ketepatan, kecepatan, dan keskrutan pegawai daam memberikan peayanan* di Agro Wisata Sondokoro
 - A. Sangat Puas
 - B. Puas
 - C. Kurang Puas
 - D. Tidak Puas
 - E. Sangat Tidak Puas
12. Pendapat Anda mengenai *kesiapan pegawai dalam menyelesaikan masalah* di Agro Wisata Sondokoro
 - A. Sangat Puas
 - B. Puas
 - C. Kurang Puas
 - D. Tidak Puas
 - E. Sangat Tidak Puas
13. Pendapat Anda mengenai *kesopanan dan keramahan pegawai dalam melayani pengunjung* di Agro Wisata Sondokoro
 - A. Sangat Puas
 - B. Puas
 - C. Kurang Puas
 - D. Tidak Puas
 - E. Sangat Tidak Puas

14. Pendapat Anda mengenai *pengetahuan dan kecakapan pegawai dalam memberikan informasi* di Agro Wisata Sondokoro
- A. Sangat Puas
 - B. Puas
 - C. Kurang Puas
 - D. Tidak Puas
 - E. Sangat Tidak Puas
15. Pendapat Anda mengenai *perhatian pegawai terhadap pengunjung* di Agro Wisata Sondokoro
- A. Sangat Puas
 - B. Puas
 - C. Kurang Puas
 - D. Tidak Puas
 - E. Sangat Tidak Puas
16. Pendapat Anda mengenai *komunikasi yang baik dengan menerima dan memberikan respon terhadap pengunjung* di Agro Wisata Sondokoro
- A. Sangat Puas
 - B. Puas
 - C. Kurang Puas
 - D. Tidak Puas
 - E. Sangat Tidak Puas

GAMBAR WAHANA

DUNIA KREASI, ROCK CLIMBING



FLYINGFOX, TAMAN AIR, JEMBATAN GANTUNG



MOTOR LISTRIK



SPOOR GULA



SPOOR TEBOE



SPOOR SAKAROSA



AIR CERDAS



AGRO SEHAT



SRI WIDOWATI



GRIYA RESTO SONDOKORO



“HOME STAY



PINDUSITA



GRAHA SONDOKORO



MUSEUM GILING



KREMOON&BENDI



LIVE MUSIC

