

PERANAN BAHASA INGGRIS BAGI PRAMUWISATA SEBAGAI
PERSONAL SELLING PADA DIVISI KUSUMA AGROWISATA
DI PT. KUSUMA SATRIA DINASASRI WISATA JAYA

LAPORAN



Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Ahli Madya pada Diploma III Bahasa Inggris
Fakultas Sastra Universitas Jember

Oleh :

Rio Hani Farishi

NIM. 9E0 103 101 087

PROGRAM DIPLOMA III BAHASA INGGRIS
FAKULTAS SASTRA UNIVERSITAS JEMBER
2002

Asal:	Hadiah	Klass
	Pembelian	338.4
Terima Tel:	06 AUG 2002	FAR
No. Indek	1334	P
KLASIFIKASI PENYAJIAN		C.1

MOTTO:

- Manusia hanya memiliki harapan dan usaha namun Tuhan memiliki segalanya.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Laporan ini kupersembahkan untuk :

- ❖ *Untuk Ayah Syamsul Hadi dan Ibuku Ririn Kusrindarti tercinta yang memberikan do`a, ikhtiar, dan pendidikan selama hidup ini, sembah sujud selalu dari anakmu.*
- ❖ *Kakakku Al Vino, adik-adikku Noval dan Vivi tersayang terima kasih atas dukungannya.*
- ❖ *Hidupku, harapanku, masa depan, dan cita-cita.*
- ❖ *Almamater tercinta.*

Halaman Pengesahan

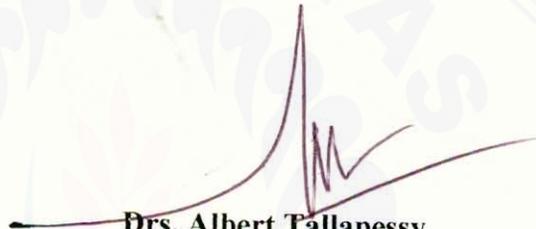
Pengawas / Penanggung Jawab



Kampus
Agrowisata
Bungaya Suberba

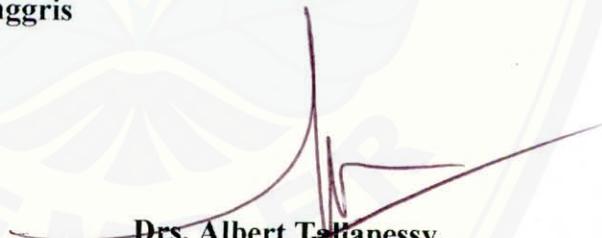
Hari Bagio
General Manager

Dosen Pembimbing



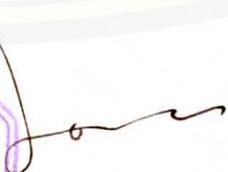
Drs. Albert Tallapessy
NIP. 131 759 846

Ketua Program D 3 Bahasa Inggris



Drs. Albert Tallapessy
NIP. 131 759 846

Dekan Fakultas Sastra
Universitas Jember



Drs. Marwoto
NIP. 130 368 790

KATA PENGANTAR

Assalaamualaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah, berkat rahmat ALLAH S.W.T, akhirnya dengan bersusah payah penulis dapat menyelesaikan laporan ini. Walaupun penulis sadar bahwa laporan yang berjudul **Peranan Bahasa Inggris Bagi Pramuwisata, Sebagai Personal Selling Pada Divisi Kusuma Agrowisata, Di P.T. Kusuma Satria Dinasasri Wisata Jaya**. Masih banyak kekurangan yang perlu diperbaiki.

Keberhasilan dalam penyusunan Laporan ini tidak lepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, yang dengan tulus dan ikhlas membantu pembuatan dari awal hingga akhir. Atas dasar alasan tersebut, Penulis mengucapkan terima kasih dari lubuk hati yang paling dalam kepada:

1. Drs. Albert Tallapessy, MA, sebagai Direktur Program Study D III Bahasa dan Sastra Inggris serta sekaligus bertindak sebagai Dosen Pembimbing dalam laporan ini, yang telah banyak memberikan arahan dan masukan dalam menyelesaikan tugas ini,
2. Drs. Marwoto sebagai Dekan Fakultas Sastra,
3. Seluruh anggota keluargaku di rumah Bapak Syamsul hadi dan Ibu Ririn kusrindarti, serta kakak dan adik-adikku tercinta terima kasih atas dukungan yang telah diberikan selama ini,
4. Teman-teman di Bengawan Solo, anggota PKN Agrowisata Batu serta mahasiswa D 3 Bahasa Inggris Angkatan '98,
5. Almamater tercinta D 3 Bahasa Inggris Fakultas Sastra Universitas Jember,
6. Mbak Niken, Bapak Suwarto, Bapak Harry S, dan semua pihak pada Kusuma Agro Wisata Batu yang membantu pelaksanaan PKN,
7. Serta semua teman, sahabat yang telah membantu secara langsung dan tidak dalam penyusunan Laporan ini. Thank's for Everything.

Jember, 01 April 2002

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Motto	ii
Halaman Persembahan	iii
Halaman Pengesahan	iv
Kata Pengantar	v
Daftar Isi	vi
Daftar Lampiran	ix
Abstraksi	x
BAB I Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang Praktik Kerja Nyata	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan Praktik Kerja Nyata	2
1.4 Prosedur Praktik Kerja Nyata	3
1.5 Waktu dan Tempat Praktik Kerja Nyata	4
1.5.1 Waktu Praktik Kerja Nyata	3
1.5.2 Tempat Praktik Kerja Nyata	4
BAB II Tinjauan Pustaka	5
2.1 Seputar Bidang Kepariwisata	5
2.1.1 Pengertian Pariwisata	5
2.1.2 Pembagian Pariwisata	7
2.1.3 Industri Pariwisata	8
2.1.4 Motivasi Perjalanan Wisata	10
2.2 Pengertian Agrowisata	11
2.3 Pemandu Wisata (<i>Tour Guide</i>)	12
2.3.1 Pengertian Pemandu Wisata	12
2.3.2 Jenis Pemandu Wisata	13
2.3.3 Kemampuan Yang Harus Dimiliki Oleh Pemandu Wisata	14

2.3.4 Pengertian Pramuwisata Pada Argowisata.....	14
2.3.5 Kode Etik Pemandu Wisata	16
2.4 Seputar Bidang Bahasa dan Budaya	17
2.4.1 Peranan Pengetahuan Bahasa dan Budaya Bagi Pramuwisata.....	17
2.4.1.1 Peranan Pengetahuan Bahasa Bagi Pramuwisata	17
2.4.1.2 Peranan Pengetahuan Budaya Bagi Pramuwisata.....	18
2.4.2 Bahasa dan Tingkat Sosial Masyarakat	19
BAB III Latar Belakang Perusahaan	21
3.1 Sejarah PT. Kusuma Satria Dinasasri Wisata Jaya	21
3.2 Struktur Organisasi di Kusuma Agro	22
3.3 Hasil-hasil Produk Pertanian Yang Dikembangkan Pada Agrowisata	23
3.3.1 Tanaman Apel	23
3.3.2 Tanaman Jeruk	25
3.4 Hasil Olahan di Kusuma Agro	26
BAB IV Laporan Praktik Kerja Nyata	28
4.1 Kegiatan Praktik Kerja Nyata	28
4.2 Tugas dan Tanggung Jawab Sebagai Pramu Wisata	28
4.3 Kegiatan Kepemanduan Atau Kepramuwisataan di Kusuma Agro Wisata	29
4.4 Strategi Pemasaran Pada Divisi Kusuma Agro Wisata	29
4.5 Bahasa Yang Digunakan dalam Bidang Promosi di Kusuma Agro Wisata	29
4.6 Peranan Bahasa Inggris Bagi Pramuwisata	31
4.6.1 Peranan Bahasa Inggris Bagi Pramuwisata sebagai <i>Personal Selling</i> Pada Divisi Kusuma Agro Wisata	32

BAB V Kesimpulan dan Saran	36
5.1 Kesimpulan	36
5.2 Saran	37
Daftar Pustaka	
Lampiran – lampiran	



Daftar Lampiran

No Lampiran	Judul
1.	Jadual Kunjungan Wisatawan Belanda
2.	Data Kunjungan Wisatawan
3.	Jenis-jenis Apel



ABTRAKSI

Dewasa ini dunia pariwisata menjadi semakin penting dalam kaitannya dengan krisis yang melanda negara kita. Sudah bukan rahasia lagi kalau sektor pariwisata merupakan salah satu pemasok devisa terbesar di luar sektor non migas yang sedang digalakkan sekarang ini.

Untuk mendukung hal tersebut, sarana-sarana pendukung pariwisata semakin dikembangkan baik dari segi fasilitas, advertising (periklanan), bahkan pembukaan obyek pariwisata baru yang memiliki potensi terus dilakukan.

Salah satu faktor penting dalam sektor pariwisata, khususnya pada obyek pariwisata baru yang memiliki potensi atau dalam perkembangannya, memiliki nilai jual internasional adalah kepramuwisataan yang mampu andalan dari pariwisata itu sendiri. Karena di tangan seorang pramuwisata lah suatu obyek pariwisata menjadi begitu menarik atau bahkan malah sebaliknya.

Oleh karena itu keahlian dan kreativitas pramuwisata sangat diperlukan terutama bahasa, sebagai alat untuk berkomunikasi dengan wisatawan. Dalam kaitannya dengan bahasa, penulis akan membahas masalah di bawah ini pada pramuwisata yang berbahasa Inggris. Begitu pentingnya bahasa asing, khususnya Bahasa Inggris yang harus dimiliki oleh pramuwisata, hingga bahasa menjadi modal utama untuk menjadi seorang pramuwisata.

Setelah penulis melakukan penelitian pada P.T KUSUMA SATRIA DINASASRI WISATA JAYA, khususnya pada divisi KUSUMA AGROWISATA, yaitu tentang kepramuwisataan. Penulis mempunyai pandangan bahwa Bahasa Inggris yang dipakai berkomunikasi oleh pramuwisata pada perusahaan tersebut belum dikatakan optimal. Padahal bahasa Inggris merupakan salah satu bahasa internasional yang banyak dipakai oleh masyarakat internasional.

Peranan Bahasa Inggris yang dipakai oleh pramuwisata pada perusahaan tersebut lebih didominasi oleh salah satu bahasa asing yaitu bahasa Belanda. Hal ini dikarenakan wisatawan asing yang berkunjung ke AGROWISATA mayoritas adalah wisatawan asing dari negara Belanda yang merupakan pengunjung tetap. Ada anggapan bahwa pada umumnya wisatawan lebih senang dan lebih rileks

ketika mereka diajak berkomunikasi dalam bahasa nasional mereka. Namun besar kemungkinan wisatawan tidak hanya berasal dari negara Belanda saja, tapi dari negara belahan dunia lainnya yang lebih menyukai bahasa Inggris sebagai alat komunikasi.

Apalagi dalam struktur organisasi pada divisi KUSUMA AGROWISATA BATU, secara tidak langsung pramuwisata diakui sebagai *personal selling* atas produk-produk yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut, karena pramuwisata secara langsung bertatap muka dengan wisatawan, baik wisatawan asing maupun wisatawan domestik.

Oleh karena itu bahasa Inggris merupakan bagian yang penting bagi seorang pramuwisata yang harus dikembangkan dan dipelajari untuk menunjang profesionalitas pramuwisata. Seperti halnya pepatah Eropa mengatakan "*Every One Knows English*" dan tiga seperempat penduduk dunia memilih bahasa Inggris sebagai bahasa internasional.



BAB I

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang Praktik Kerja Nyata.

Bidang pariwisata menjadi semakin penting dalam kaitannya dengan krisis yang melanda negara kita. Sudah bukan rahasia lagi kalau sektor pariwisata merupakan salah satu pemasok devisa terbesar disamping ekspor non migas yang sedang digalakkan sekarang ini.

Pariwisata merupakan suatu bisnis yang sering kali melibatkan faktor-faktor di luar industri tersebut, dimana dapat menyerap tenaga kerja yang cukup besar untuk menjadikan pariwisata sebagai sebuah kegiatan yang dapat memenuhi permintaan lapangan kerja nasional, sehingga pariwisata dapat dikatakan sebagai “aspek yang diunggulkan”.

Obyek pariwisata yang dimaksud adalah Wisata Agro, meskipun masih terbilang suatu hal yang baru dalam bidang pariwisata, obyek ini mampu dengan cepat menyerap wisatawan dari dalam maupun dari luar negeri. Dengan strategi pemasaran yang tepat, pendapatan yang diperoleh mampu bersaing dengan obyek wisata lain yang telah lebih dulu bergerak dalam bidang pariwisata. Meskipun untuk bergerak dibidang ini dibutuhkan modal yang relatif besar, tetapi hasil yang akan diperoleh dapat melebihi obyek-obyek wisata yang lain dalam jangka waktu yang sama.

Sebagai contoh: Kusuma Agro Wisata Batu, Agrowisata Wonosari Lawang-Malang, Agrowisata Nongkojajar, Agrowisata Kayumas Situbondo, Agrowisata Tawangmangu (Jawa Tengah), Agrowisata Rembangan Jember, dan lain-lain, kesemuanya bergerak dalam bisnis agrowisata dengan produk andalan yang berbeda-beda. Masing-masing daerah tersebut mempunyai daya pikat yang mengagumkan bagi para wisatawan karena nuansa wisata yang disajikan amat berbeda dengan obyek wisata yang sudah umum dikunjungi.

1.2 Rumusan Masalah

Begitu cepatnya pertumbuhan Industri Pariwisata yang bergerak dibidang Agrowisata menuntut pihak pengusaha untuk melakukan pengembangan-pengembangan di berbagai bidang, terutama hal-hal yang berhubungan langsung dengan pengunjung.

Salah satu bidang penting tersebut adalah jasa pemandu wisata yang mampu untuk berhubungan dengan berbagai macam jenis dan karakter wisatawan. Obyek wisata secara umum dan agrowisata pada khususnya sangatlah tidak mungkin membatasi wisatawan yang datang berwisata, karena kedatangan mereka merupakan *profit* bagi perusahaan yang mengelolanya. Salah satu jalan yang terbaik adalah meningkatkan mutu pelayanan kepada wisatawan dalam segala bidang, khususnya dalam hal ini adalah jasa pramuwisata wisata.

Pramuwisata adalah satu titik penting dalam sektor pariwisata, khususnya pada obyek-obyek pariwisata baru yang sangat berpotensi, atau dalam perkembangannya memiliki nilai jual internasional. Pramuwisata harus mampu menjadi bagian dari pariwisata. Dalam artian kepramuwisataan harus mampu menjadi ujung tombak dalam pengembangan pariwisata itu sendiri. Karena di tangan pramuwisata lah suatu obyek pariwisata menjadi begitu menarik atau bahkan menjadi sebaliknya.

Bertitik tolak dari uraian diatas maka Laporan ini diberi judul:

"Peranan Bahasa Inggris Bagi Pramuwisata, Sebagai Personal Selling Pada Divisi Kusuma AgroWisata Di PT. Kusuma Satria Dinasasri Wisata Jaya".

1.3 Tujuan Praktik Kerja Nyata

1. Secara umum Praktek Kerja Nyata bertujuan agar mahasiswa dapat menerapkan teori yang diperoleh selama kuliah pada dunia kerja, sehingga dapat memperluas wawasan, pengetahuan dan pengalaman yang berarti guna dijadikan bekal untuk terjun langsung ke dunia kerja.

2. Secara khusus Praktek Kerja Nyata ini bertujuan untuk memenuhi salah satu persyaratan pemerolehan gelar ahli madya (A.Md) pada program Diploma III Bahasa Inggris Fakultas Sastra, Universitas Jember dan mempersiapkan serta membekali setiap mahasiswa dengan pengalaman kerja dan teori yang telah didapat dimasa kuliah untuk kembali ke masyarakat.

1.4 Prosedur Praktik Kerja Nyata

Sebelum melaksanakan Praktik Kerja Lapangan di Kusuma Agrowisata, maka terdapat beberapa prosedur yang harus dipenuhi terlebih dahulu oleh setiap peserta. Persyaratan-persyaratan tersebut adalah:

1. Menemui Personalia pada Divisi Kusuma Agrowisata dengan membawa proposal Praktik Kerja Lapangan.
2. Setelah mendapat persetujuan dari Personalia, peserta membawa surat pengantar dari instansi yang menaungi peserta, yaitu fakultas dalam hal ini untuk diserahkan kepada personalia Agro.
3. Pihak Agrowisata yang diwakili oleh personalia setelah mendapatkan surat pengantar tersebut memberikan surat balasan kepada pihak fakultas yang intinya bersedia menerima peserta tersebut.
4. Maka pada hari yang telah disepakati, peserta datang kembali menemui Personalia untuk melaksanakan magang, dengan terlebih dahulu membayar uang administrasi sebesar Rp 100.000,00 kepada personalia.
5. Setelah diberi beberapa pengarahan oleh personalia, selanjutnya personalia menempatkan peserta PKN pada posisi yang disepakati bersama, dibawah naungan seorang koordinator.
6. Selanjutnya gugusan tugas sebagai pemandu ditentukan oleh Koordinator tersebut.

1.5 Waktu dan Tempat Praktik Kerja Nyata

1.5.1 Waktu Praktek Kerja Nyata

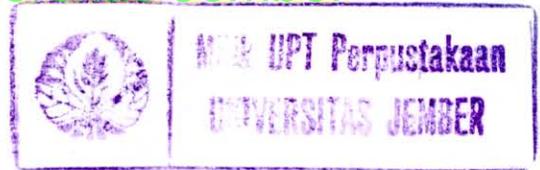
Praktik Kerja Lapangan yang dilakukan oleh mahasiswa D3 Bahasa Inggris Fakultas Sastra Universitas Jember harus dapat memenuhi jumlah waktu yang telah ditentukan yaitu 240 jam, sedangkan lama pelaksanaannya tidak dibatasi selama tidak mengganggu jadwal kuliah reguler.

PKN dimulai pada tanggal 9 Juli 2001 sampai dengan 7 Agustus 2001 atau selama 30 hari (satu bulan). Secara lengkap dapat dijabarkan sebagai berikut, yang meliputi 2 hari libur, 6 hari aktif selama 8 jam dan 22 hari aktif selama 9 jam, maka jumlah totalnya adalah 246 jam.

Dari jumlah waktu tersebut sejumlah 246 jam, maka ketentuan dari fakultas dengan jumlah 240 jam sudah terpenuhi, sehingga dirasakan sudah cukup untuk memenuhi target waktu yang ditetapkan kemudian dilanjutkan dengan pembuatan laporan.

1.5.2 Tempat Praktek Kerja Nyata

Untuk tempat Praktik Kerja Nyata, para mahasiswa berhak memilih dan menentukan sendiri tempat Praktik Kerja Nyata sejauh tidak menyimpang dari apa yang didapat dari fakultas. Oleh karena itu, untuk tempat pelaksanaan Praktik Kerja Nyata, baik instansi swasta maupun instansi pemerintah harus mendapat persetujuan dahulu dari pihak fakultas. Dalam hal ini penulis melaksanakan Praktik Kerja Nyata di P.T. Kusuma Satria Dinasasri Wisata Jaya. Batu. Dan bertugas sebagai pramuwisata pada Divisi Kusuma Agrowisata, karena di bidang tersebut penulis dapat menerapkan teori yang didapat selama di bangku kuliah.



BAB II

Tinjauan Pustaka

Dalam pelaksanaan Praktik Kerja Nyata (PKN) di PT. Kusuma Dinasari Wisata Jaya sebagai pemandu wisata, maka diperlukan beberapa landasan teori yang digunakan dalam praktik tersebut. Hal-hal tersebut berkaitan sangat erat dan saling mendukung satu dengan yang lain, agar tujuan yang ingin diraih oleh seorang pemandu dapat tercapai.

2.1 Seputar Bidang Kepariwisata.

2.1.1 Pengertian Pariwisata.

Batasan yang bersifat umum tentang pariwisata, merupakan keseluruhan kegiatan pemerintah, dunia usaha masyarakat untuk mengatur dan mengurus kebutuhan wisatawan untuk lebih jelas tentang batasan pengertian dapat kita pelajari dari pendapat berikut ini:

“Pariwisata merupakan rangkaian kegiatan yang dilakukan manusia baik secara perorangan atau kelompok di dalam wilayah negara sendiri atau negara lain dengan menggunakan segala kemudahan jasa dan faktor penunjang yang diadakan oleh pemerintah dan masyarakat, agar dapat mewujudkan keinginan wisatawan”. (Henry Soeto, Hakikat Dan Peran Wisata Dalam Pembangunan Nasional, Disparda Dati I Jateng, surakarta 1990)

Menurut segi bahasa (etymology), maka kata “ pariwisata “ berasal dari bahasa Sanskerta, yang berbeda arti dengan “*tourisme*” (Belanda) atau “*tourism*” (Inggris). Kata pariwisata menurut Sanskerta itu lebih merujuk pada pengertian “*tour*“. Pendapat tersebut berdasarkan pada pemikiran sebagai berikut: kata pariwisata terdiri dari dua suku kata yaitu masing-masing tersebut adalah kata “*pari*“ dan “*wisata*“.

- Pari berarti banyak, berkali-kali, berputar-putar, lengkap.
- Wisata berarti perjalanan, bepergian (*travel* Bahasa Inggris).

Atas dasar tersebut, maka kata “pariwisata” seharusnya diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali, tetapi dalam perkembangannya kata tersebut diterjemahkan juga dengan “tourism” (Inggris).

Berikut ini adalah beberapa istilah yang umum dan berhubungan dengan kata “pariwisata”. Agar dapat memberikan gambaran yang jelas tentang perbedaan diantaranya.

1. Wisatawan ialah setiap orang yang datang ke suatu negara selain tempat tinggalnya dengan maksud apapun kecuali dengan maksud melakukan pekerjaan yang menghasilkan uang (World Tour Organisation).
2. Berdasarkan Inpres No 9 tahun 1969, “wisatawan adalah seseorang yang berkunjung ke tempat lain dengan menikmati kunjungan dari tempat itu”. Dan dapat diartikan sebagai berikut; setiap orang yang melakukan perjalanan dari daerah asalnya ke daerah lain dengan tujuan yang resmi, kecuali untuk menetap atau mencari nafkah di daerah tersebut. Dalam bahasa Inggris dapat disebut “traveller” atau “tourist”.
3. Pariwisata ialah merupakan rangkaian kegiatan yang dilakukan manusia baik secara perorangan atau kelompok dalam wilayah negara sendiri atau wilayah negara lain dengan menggunakan kemudahan-kemudahan jasa dan faktor penunjang yang diadakan oleh pemerintah atau masyarakat, agar dapat mewujudkan keinginan wisatawan.
4. Kepariwisata dalam dunia modern pada hakikatnya adalah suatu cara untuk memenuhi kebutuhan manusia dalam memberi hiburan rohani dan jasmani setelah beberapa waktu bekerja serta mempunyai modal untuk melihat-lihat daerah lain (pariwisata dalam negeri) atau negara-negara lain (pariwisata luar negeri) (Tap MPRS No.I-II Tahun 1960). Bahasa Inggrisnya disebut “tourism”.

2.1.2 Pembagian Pariwisata.

Dengan begitu beragamnya pendapat tentang definisi pembagian pariwisata dari ahli-ahli di bidang kepariwisataan maka penulis memutuskan, untuk mengutip salah satu pendapat, tanpa mengesampingkan pendapat-pendapat yang lain, seperti yang tertulis dibawah ini.

Menurut Wahab (1975) menyatakan bahwa bentuk pariwisata ditinjau dari segi jumlah dan alasan orang yang melakukan perjalanan dapat dibedakan menjadi dua bagian penting, yaitu:

Menurut jumlahnya dibagi atas:

- Pariwisata Perorangan (*Individual Tourism*).
 - Dalam hal ini yang melakukan perjalanan wisata adalah seorang wisatawan atau satu keluarga yang melakukan perjalanan secara bersama.
- Pariwisata Kelompok (*Group Tourism*).
 - Yaitu jenis pariwisata dimana yang melakukan perjalanan wisata itu terdiri dari banyak orang yang tergabung satu rombongan (group) yang biasa diorganisasi oleh sekolah, organisasi atau satu *tour operator / travel agent*. Adapun jumlahnya bervariasi, ada yang 15 orang dan ada yang sampai 20 orang atau lebih.

Menurut Alasan / Tujuan Perjalanan

- Pariwisata Bisnis (*Business Tourism*).
 - Yaitu jenis pariwisata dimana pengunjungnya datang untuk tujuan dinas, usaha yang berhubungan dengan pekerjaannya, kongres, seminar, convention, simposium, musyawarah kerja, dan lain-lain.
- Pariwisata Liburan (*Vocational Tourism*).
 - Yaitu jenis pariwisata dimana orang-orang yang melakukan perjalanan wisata terdiri dari orang-orang yang sedang berlibur, cuti atau pakansi.

- Pariwisata Pendidikan (*Educational Tourism*).
 - Yaitu jenis pariwisata dimana pengunjung atau orang yang melakukan perjalanan untuk tujuan studi atau mempelajari sesuatu bidang ilmu pengetahuan.

2.1.3 Industri Pariwisata.

Kreack (1979) industri pariwisata ditunjang oleh dua faktor yaitu sarana dan prasarana serta beberapa faktor-faktor di dalamnya seperti penjelasan berikut:

Sarana Kepariwisataan adalah perusahaan-perusahaan yang memberikan pelayanan kepada wisatawan, secara langsung atau tidak, dan hidup serta kehidupannya banyak tergantung pada kedatangan wisatawan.

Dalam kelompok sarana kepariwisataan ini dapat dibagi menjadi tiga kelompok yaitu:

- Sarana Pokok yaitu perusahaan yang hidup serta kehidupannya sangat tergantung pada kedatangan wisatawan. Perusahaan tersebut adalah seperti; *Travel Agent* dan *Tour Operator* (termasuk usaha jasa pemandu, penterjemah, dan lembaga promosi wisata), Perusahaan-perusahaan angkutan wisata, hotel, atau jenis akomodasi lainnya, *Bar*, *Restourant* dan rumah makan yang lain, Toko Souvenir, Obyek Wisata serta Atraksi Wisata.
- Sarana Pelengkap yaitu perusahaan-perusahaan atau tempat-tempat yang menyediakan fasilitas pelengkap rekreasi yang berfungsi tidak hanya melengkapi sarana pokok, tetapi yang terpenting adalah dapat membuat wisatawan betah untuk tinggal lebih lama pada suatu lokasi. Sarana tersebut bisa berupa sarana olahraga, seperti; Kolam Renang, LapanganTennis atau Golf, Lokasi Berburu, berlayar, berselancar dan lain-lain. Atau bisa juga berupa sarana ketangkasan, seperti; Bilyard, Jackpot, Berkuda, dan yang lainnya.
- Sarana Penunjang yaitu perusahaan yang menunjang sarana pokok dan pelengkap, fungsinya tidak hanya membuat wisatawan tinggal lebih lama

tetapi juga membuat wisatawan lebih banyak membelanjakan uangnya di lokasi tersebut. Sarana tersebut dapat berupa; *Night Club*, *Casino*, Karaoke, dan lain-lain.

Dari ketiga faktor sarana tersebut tentulah tidak dapat berdiri sendiri, tetapi harus saling mendukung, mengisi, dan melengkapi antara satu faktor dengan faktor lainnya, agar wisatawan mendapatkan kepuasan yang diinginkan.

Prasarana Kepariwisata adalah semua fasilitas yang memperlancar sarana kepariwisataan dan dapat memudahkan pihak-pihak yang terkait dalam sektor pariwisata untuk memenuhi kebutuhannya. Terdapat dua faktor besar dalam hal ini, yaitu:

1. Prasarana Perekonomian yaitu fasilitas-fasilitas yang membantu memperlancar proses perekonomian dapat berjalan dengan lancar sehingga memudahkan pihak-pihak yang terkait dalam sektor pariwisata untuk memenuhi kebutuhannya. Hal-hal tersebut adalah; transportasi, komunikasi, perbankan, dan *utilities* (seperti; penerangan, irigasi, sumber energi, air minum, dan lain-lain).
2. Prasarana Sosial adalah semua faktor yang menunjang kemajuan atau menjamin kelangsungan prasarana ekonomi yang ada. Faktor tersebut adalah; sistem pendidikan kepariwisataan, pelayanan kesehatan, keamanan, petugas yang melayani wisatawan (petugas imigrasi, bea cukai, kesehatan, dan petugas lain dalam hubungannya dengan kepariwisataan).

Kedua faktor tersebut sama halnya dengan faktor-faktor sarana kepariwisataan yang harus bekerja-sama untuk mencapai tujuan yang diharapkan bersama antara wisatawan dan penyedia jasa wisata serta yang menyertainya.

2.1.4 Motivasi Perjalanan Wisata

Menurut MacIntos (1972) motivasi perjalanan wisata dapat dikelompokkan sebagai berikut:

- a) Motivasi Fisik (*Physical Motivations*).
Hal ini banyak hubungannya dengan hasrat untuk mengembalikan kondisi fisik, beristirahat, berolah raga, atau pemeliharaan kesehatan agar kegairahan bekerja timbul kembali.
- b) Motivasi Budaya (*Cultural Motivations*).
Motivasi ini erat hubungannya dengan keinginan pribadi seseorang untuk melakukan perjalanan wisata agar dapat melihat dan mengetahui negara lain, penduduknya, tata cara hidupnya, serta adat istiadat yang berbeda dengan negara lain.
- c) Motivasi Antar Perseorangan (*Interpersonal Motivations*).
Disini motivasinya didorong oleh keinginan seseorang untuk mengunjungi sanak-keluarga, kawan-kawan, atau ingin menghindarkan diri dari lingkungan kerja, ingin mencari teman-teman baru, dan lain-lain. Secara singkat motivasi ini erat hubungannya dengan keinginan untuk melarikan diri dari kesibukan dan rutinitas sehari-hari.
- d) Motivasi Kedudukan dan Prestise (*Status and Prestige Motivations*).
Di sini status motivasinya adalah suatu *show*, maksudnya seseorang ingin untuk memperlihatkan siapa dia, kedudukannya; statusnya dalam masyarakat tertentu demi prestise pribadinya. Jadi sifat perjalanan di sini sangat emosional dan adakalanya dihubungkan dengan perjalanan bisnis, dinas, pendidikan, profesi, hobi, dan lain-lain.
- e) Motivasi Sejarah Nenek Moyang (*Original Historis Motivation*).
Disini motivasi sejarah nenek moyang didorong oleh keinginan seseorang atau beberapa orang untuk mengunjungi asal muasal keberadaan mereka, hasil-hasil kebudayaan yang diciptakan oleh nenek moyang mereka. yang dilatarbelakangi oleh *Imperialisme*.

Contoh : ketika terjadi perang dunia ke II banyak terjadi penjajahan atas negara-negara yang memiliki sumber daya alam yang melimpah, salah satunya adalah negara Indonesia yang dijajah oleh Belanda. Banyak sekali hasil yang diciptakan oleh Belanda, sebagai fasilitas pendukung bagi pemerintahan Belanda di Indonesia baik berbentuk bangunan ataupun teknologi, yang saat ini diabadikan sebagai salah satu obyek wisata. Dengan latar belakang itulah banyak masyarakat Belanda yang datang ke Indonesia untuk mengunjungi obyek wisata tersebut.

f) Motivasi keagamaan (*Religion Motivations*).

Disini motivasi yang timbul karena faktor keagamaan, baik yang dikerjakan sebagai pelengkap ibadah maupun merupakan anjuran yang harus dikerjakan seperti ibadah haji, mengunjungi makam para Nabi bagi umat Islam dan mengunjungi tempat kelahiran Isa Al Masih bagi umat Kristiani.

2.2 Pengertian Agrowisata

Agrowisata adalah bagian dari obyek wisata yang diartikan sebagai suatu bentuk kegiatan yang memanfaatkan usaha agro sebagai obyek dengan tujuan memperluas pengetahuan, pengalaman rekreasi dan hubungan usaha dibidang pertanian.

Berdasarkan Surat Keputusan (SK) Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi dan Menteri Pertanian No. KM. 47 / PW. DOW / MPPT – 89 dan No. 205 / KPTS / HK / 050 / 4 1989, dapat diambil definisi tentang Agrowisata adalah suatu obyek wisata yang menggugulkan produk-produk pertanian sebagai sarana usaha rekreasi yang bertujuan untuk memperluas pengetahuan.

Dari definisi tersebut dapat diambil suatu batasan secara umum obyek-obyek yang termasuk dalam Agrowisata adalah:

1. Kebun Raya,
2. Perkebunan,

3. Tanaman Pangan dan Hortikultura,
4. Perikanan, serta
5. Peternakan.

2.3 Pemandu Wisata (*Tour Guide*)

Kebutuhan akan keramah-tamahan merupakan suatu jasa yang sangat diharapkan oleh wisatawan. Hal itu bisa berupa suasana, dimana wisatawan merasa bahwa ia adalah orang yang diperhatikan dan disukai serta patut untuk diberi pelayanan yang baik. Bentuk usaha tersebut dapat diwujudkan dengan penyediaan jasa Pemandu Wisata di lokasi wisata.

2.3.1 Pengertian Pemandu Wisata.

Bila kita meninjau pengertian pramuwisata (*Tour Guide*), sulit untuk menemukan definisi yang jelas tentang arti pramuwisata tersebut, berikut beberapa pengertian pariwisata dilihat dari berbagai sudut pandang:

- Dari sudut kepentingan *wisatawan*, seorang pramuwisata adalah orang pertama yang ditemui sang wisatawan yang selanjutnya menjadi teman dalam perjalanan, yang memberikan informasi, penjelasan dan segala petunjuk tentang segala sesuatu, yang terutama yang menyangkut obyek dan atraksi wisata sesuai dengan rencana perjalanan yang telah diatur .
- Dari sudut *Biro Perjalanan*, seorang pramu wisata adalah karyawan yang mewakili perusahaannya, yaitu dalam rangka memberikan pelayanan dan sekaligus bertindak sebagai petugas “*after sales services*” atau disebut juga “*sales person*” dari paket wisata yang telah dijual kepada wisatawan.
- Dari sudut *Pandangan Wisatawan*, pramuwisata adalah seorang yang bekerja pada suatu biro perjalanan atau kantor pariwisata (*tourist office*) yang bertugas memberikan informasi, petunjuk, dan servis secara langsung kepada wisatawan sebelum dan selama perjalanan wisata berlangsung.

- Pengertian *pramuwisata secara umum* pramuwisata adalah seseorang yang dibayar untuk menemani wisatawan dalam perjalanan mengunjungi, melihat-lihat, serta menyaksikan obyek dan atraksi wisata.
- Sesuai dengan keputusan menteri pariwisata, Pos dan Telekomunikasi, NO: KM.82/PW.102/MPPT-88 tanggal 17 September 1988, yang dimaksud pramuwisata adalah: *“seorang yang bertugas memberikan bimbingan, penerangan, dan petunjuk tentang obyek wisata serta membantu segala sesuatu yang diperlukan wisatawan”*.

2.3.2 Jenis Pemandu Wisata.

Menurut peraturan pemerintah daerah propinsi Jawa timur; no:6/Th. 1994 dan menurut surat keputusan gubernur Jawa timur, No. 36/ Th, 1994. Pasal 3, Tentang jenis pramuwisata.

Pramuwisata dibagi dalam dua golongan, (1) pramuwisata Umum, yang meliputi pramuwisata Umum Madya dan Pramuwisata Umum muda. Dan (2) Pramuwisata Khusus. Sebagai berikut;

1. Pemandu Wisata Umum Muda adalah Pemandu Wisata yang mempunyai pengetahuan mengenai kebudayaan, kekayaan alam, dan aspirasi kehidupan bangsa/penduduk secara umum; yang memiliki ijin untuk memberikan bimbingan perjalanan dan penerangan kepariwisataan dengan mempergunakan satu atau beberapa bahasa tertentu terhadap wisatawan. Pramuwisata Muda beruang lingkup pada wilayah tingkat II, sedangkan pramuwisata Umum Madya beruang lingkup pada daerah tingkat I, namun tugas mereka sama.
2. Pemandu Wisata khusus adalah Pemandu Wisata yang mempunyai pengetahuan yang khusus dan mendalam mengenai obyek wisata seperti kebudayaan, arkeologi, sejarah, teknik, perdagangan, keagamaan, margasatwa, ilmiah, perburuan, dan lain-lain ; yang mempunyai ijin untuk membimbing perjalanan dengan memberikan penerangan kepada wisatawan baik perseorangan atau kelompok dengan menggunakan satu bahasa atau beberapa bahasa tertentu. Pramuwisata Khusus beruang

lingkup pada obyek wisata khusus dimana pramuwista umum apabila masuk ke kawasan pramuwisata khusus hanya mendampingi pramuwisata khusus.

2.3.3 Kemampuan Yang Harus Dimiliki Oleh Pemandu Wisata.

a. Penampilan Fisik (*Physical Appearance*).

Penampilan ini meliputi tata cara berpakaian dan bertingkah laku terhadap wisatawan yang sedang dilayani. Jangan sampai penampilan seorang pemandu wisata dianggap keterlaluan oleh wisatawan, berpenampilan sederhana dan pantas akan lebih disukai daripada berpakaian yang aneh dan mengundang perhatian.

b. Menyenangkan dan Berkepribadian (*Pleasant and Character*).

Yang dimaksud dengan menyesuaikan diri adalah mudah bergaul dengan segala jenis tamu, suka membantu tanpa diminta, berusaha selalu setuju atas permintaan atau usulnya, dan perhatian terhadap kebutuhan mereka.

c. Mudah Berkomunikasi (*Easy to communicate*).

Pertama adalah dapat berkomunikasi dengan baik yaitu, mampu menerima dan memberikan respon terhadap bahasa yang digunakan oleh tamu, baik bahasa Indonesia, Inggris, atau yang lain.

Kedua adalah tanggap terhadap keinginan tamu yaitu, Pemandu mampu menangkap keinginan tamu yang berupa sindiran atau sejenisnya, jadi dapat dengan cepat ditanggapi dan ditindaklanjuti.

Ketiga adalah mampu berkomunikasi dengan rombongan yaitu, ketika menjamu tamu dalam jumlah besar maka tugas pemandu adalah harus mampu berkomunikasi dengan mereka semua termasuk tanggap atas keinginan masing-masing rombongan tersebut.

2.3.4 Pengertian Pramuwisata Pada Agrowisata.

Pengertian pramuwisata pada agro wisata adalah pramuwisata yang memiliki pengetahuan khusus dan mendalam mengenai obyek wisata pertanian dan holtikultura yang mempunyai surat ijin untuk membimbing perjalanan

dengan memberikan penerangan kepada wisatawan baik perorangan maupun kelompok dengan menggunakan suatu bahasa atau beberapa bahasa tertentu, (Daya Tarik Dan Pengelolaan Agro Wisata, 1996).

Menjadi Pemandu Wisata di Kusuma Agro adalah termasuk dalam kelompok Pemandu Wisata Khusus (*Special Guide*). Jadi secara garis besar gugusan tugasnya terbagi menjadi:

Secara Umum:

1. Meliputi semua bidang kegiatan pariwisata.
2. Memberikan perspektif sejarah dan sosial-budaya terhadap obyek wisata.
3. Menghilangkan segala kecanggungan wisatawan sebagai orang dari lain daerah di tempat wisata.
4. Menjadi teman bergaul dan penasihat terpercaya bagi wisatawan sekaligus penunjuk jalan bagi wisatawan.

Secara Khusus di Kusuma Agro

1. Menemani pengunjung berjalan/berkendaraan di dalam lokasi, dari mulai masuk, petik, sampai pintu keluar sekaligus sebagai penunjuk jalan.
2. Menjelaskan budidaya Apel dan Jeruk, dari awal tanam sampai petik, dan juga perawatannya kepada wisatawan selama berada dalam perjalanan mengelilingi kebun.
3. Menunjukkan cara memetik buah dengan benar dan menemani tamu selama pemetikan, yang lebih dikenal dengan seni memetik buah.
4. Memberi informasi yang benar tentang segala sesuatu yang ada di PT. Kusuma Satria Dinasasri Wisata Jaya, seperti: harga kamar, sejarah Agro, fasilitas-fasilitasnya, dan lain sebagainya jika diperlukan.
5. Menjawab pertanyaan yang dilontarkan tamu kepada pemandu wisata dengan bijaksana.

6. Menjelaskan dan menerangkan peraturan-peraturan yang ada, sehingga tidak terjadi kesalahpahaman akibat ketidaktahuan pengunjung akan hal tersebut.

2.3.5 Kode Etik Pemandu Wisata.

Kusuma Agro memiliki kode etik tersendiri bagi pemandu wisata, sebagai tuntunan dalam menjalankan tugas diantaranya adalah;

1. Pemandu wisata harus memberikan kesan yang baik atas daerah, bangsa, dan kebudayaannya.
2. Pemandu wisata dalam menjalankan tugas harus menguasai diri, tenang, segar, rapi, bersih, serta berpenampilan yang simpati (hindari bau badan, perhiasan dan parfum yang berlebihan).
3. Pemandu wisata harus mampu menciptakan suasana gembira dan sopan menurut kepribadian bangsa Indonesia.
4. Pemandu wisata harus mampu memberikan pelayanan dan perlakuan yang sama kepada wisatawan dengan tidak meminta tips, tidak menjajakan barang, dan tidak meminta komisi.
5. Pemandu wisata mampu memahami latar belakang wisatawan serta berusaha untuk meyakinkan wisatawan agar mematuhi hukum, peraturan, adat kebiasaan yang berlaku ikut melestarikan obyek (mencegah vandalisme).
6. Pemandu wisata harus mampu menghindari timbulnya pembicaraan serta pendapat yang mengundang perdebatan mengenai kepercayaan, adat istiadat, RAS, dan sistem politik sosial negara asal wisatawan.
7. Pemandu wisata berusaha memberikan keterangan mengenai obyek wisata yang baik dan benar. Apabila ada hal-hal yang belum dapat dijelaskan, maka pemandu wisata harus mencari keterangan mengenai hal tersebut, selanjutnya menyampaikan kepada wisatawan dalam kesempatan berikutnya.
8. Pemandu wisata tidak dibenarkan mencemarkan nama baik perusahaan, teman seprofesinya, dan unsur pariwisata lainnya.

9. Pemandu wisata tidak dibenarkan untuk menceritakan masalah pribadinya yang bertujuan untuk mencari belas kasihan dari wisatawan.
10. Pada saat perpisahan pemandu mampu memberikan kesan yang baik agar wisatawan ingin berkunjung kembali.

2.4 Seputar Bidang Bahasa dan Budaya.

2.4.1 Peranan Pengetahuan Bahasa dan Budaya Bagi Pramuwisata.

Hal-hal yang berhubungan dengan bahasa dan kebudayaan merupakan dua sistem yang melekat pada manusia. Apabila kebudayaan itu adalah satu sistem yang mengatur interaksi manusia di dalam masyarakat, maka kebahasaan adalah suatu sistem yang berfungsi sebagai sarana berlangsungnya interaksi itu. Dengan kata lain, hubungan yang erat itu berlaku sebagai: kebudayaan merupakan sistem yang mengatur interaksi manusia, sedangkan kebahasaan merupakan sistem yang berfungsi sebagai sarana keberlangsungan sarana tersebut.

2.4.1.1 Peranan Pengetahuan Bahasa Bagi Pramuwisata.

Bahasa adalah sarana paling sempurna dan paling baik yang digunakan oleh manusia sebagai alat komunikasi antara sesama manusia dalam interaksinya. Bagi pemandu wisata kemampuan berbahasa Indonesia dan Inggris menjadi sangat penting karena dengan bahasa itu, pelayanan terhadap wisatawan dapat dilakukan secara maksimal. Secara nasional bahasa Indonesia adalah bahasa tingkat pertama, bahasa Daerah adalah tingkat kedua, dan bahasa Inggris ada pada tingkat ketiga.

Menggunakan bahasa Indonesia dalam memandu wisatawan adalah salah satu bagian kemudahan bagi komunikasi, tentunya bagi wisatawan domestik. Dengan bahasa ini yang telah dipelajari mulai tanpa sengaja sampai dengan pendidikan formal merupakan aspek yang sangat mendukung. Tanpa sadar pengetahuan tentang bahasa Indonesia langsung melekat pada diri pemandu. Meskipun demikian terkadang ada ketidaksejajaran antara teori dan praktik berbahasa Indonesia. Boleh saja seorang pemandu mampu

menggunakan bahasa Indonesia yang baik dalam praktik, tetapi belum tentu mampu menguasai teori-teori bahasa itu. Masalah ini bisa timbul karena bahasa adalah seperangkat kebiasaan bukan teori.

Pengetahuan dalam menggunakan bahasa daerah khususnya Bahasa Jawa bagi pemandu wisata masih dianggap perlu karena kedudukannya sebagai bahasa kedua di Indonesia. Beberapa para pengunjung di Kusuma Agro lebih suka menggunakan bahasa Jawa daripada bahasa yang lain, dengan alasan berkomunikasi dengan bahasa tersebut menambah keakraban antara pemandu dan wisatawan. Perasaan terasing dan terpencil yang dimiliki oleh wisatawan dengan cepat dapat dikurangi karena suasana kekeluargaan yang memancar dari bahasa yang digunakan antara keduanya.

Sebagai obyek wisata yang sudah dikenal di beberapa negara Eropa, Asia, dan Australia, maka kemampuan berkomunikasi dalam bahasa Inggris sebagai bahasa ketiga sekaligus bahasa Internasional menjadi sangat penting. Dengan pengetahuan dan kemampuan berbahasa Inggris, pemandu dapat memberikan informasi yang dibutuhkan wisatawan sekaligus mampu merespon keinginan wisatawan asing tersebut. Kemudahan dalam bidang komunikasi di lokasi wisata adalah suatu keinginan setiap wisatawan asing agar mereka merasa diterima dan diperhatikan dengan baik di lokasi tersebut.

Pengetahuan tentang bahasa mutlak harus dimiliki oleh seorang pemandu wisata, sedangkan penggunaannya tergantung dari mana wisatawan tersebut berasal dan hasrat untuk menggunakan bahasa tersebut.

2.4.1.2 Peranan Pengetahuan Budaya Bagi Pramuwisata.

Pemahaman budaya terhadap setiap wisatawan yang datang sangat perlu untuk dikuasai dan dimengerti oleh pemandu wisata. Dengan pengetahuan tersebut pemandu dapat menyesuaikan diri dengan wisatawan. Khususnya pengetahuan budaya timur dan barat yang tampak jelas perbedaannya dalam beberapa hal.

Untuk menjadi pemandu yang berlatar belakang budaya timur, seharusnya dapat menyesuaikan diri dengan wisatawan, karena memang hidup

di lingkungan yang bersosialisasi dengan budaya tersebut setiap hari. Sebagai orang timur tentunya akan lebih merasa dihormati jika dilayani dengan adat yang bernuansa ketimuran, tetapi wisatawan ini akan merasa tidak dihormati jika dilayani dengan adat kebaratan yang berbau liberalisme dan individualisme.

Pengetahuan akan budaya barat juga perlu untuk dipahami karena cukup banyak pula wisatawan Eropa dan Australia yang datang dan berkunjung di Kusuma Agro. Dari pemahaman tersebut pemandu dapat memilih dan memilah bagaimana bersopan santun dengan mereka yang mempunyai latar belakang budaya yang berbeda. Hal-hal yang menyangkut budaya erat kaitannya dengan perasaan wisatawan. Atas dasar perasaan tersebut maka hal itu perlu untuk dijaga agar wisatawan ini tidak tersinggung dengan perlakuan yang diberikan.

Kemampuan dalam memahami budaya wisatawan merupakan kelengkapan seorang pemandu oleh karena itu pemahaman atas budaya tersebut sangat perlu. Pengetahuan itu diaplikasikan terhadap wisatawan sesuai dengan dari mana mereka berasal.

2.4.2 Bahasa dan Tingkat Sosial Masyarakat.

Hubungan antara bentuk-bentuk bahasa tertentu, yang disebut variasi, ragam atau dialek dengan penggunaannya untuk fungsi-fungsi tertentu di dalam masyarakat. Misalnya, untuk kegiatan pendidikan kita memakai ragam baku, untuk kegiatan sehari-hari di rumah kita menggunakan ragam tidak baku.

Adanya tingkatan sosial di dalam masyarakat dapat dilihat dari dua segi: *pertama*, dari segi kebangsawanan, kalau ada; dan *kedua*, dari segi kedudukan sosial yang ditandai dengan tingkatan pendidikan dan keadaan perekonomian yang dimiliki. Biasanya yang memiliki taraf pendidikan lebih baik dapat kemungkinan untuk memperoleh taraf perekonomian yang lebih baik pula, tetapi ini tidak mutlak, bisa saja malah sebaliknya.

Untuk melihat hubungan antara kebangsawanan dengan bahasa, kita ambil contoh masyarakat tutur bahasa . Mengenai tingkat kebangsawanan ini, Kuntjaraningrat (1967:245) membagi masyarakat Jawa atas empat tingkat, yaitu, (1) *Wong Cilik*, (2) *Wong Saudagar*, (3) *Priyayi*, (4) *Ndara*.

Berdasarkan tingkatan tersebut, maka dalam masyarakat Jawa terdapat variasi bahasa yang digunakan sesuai dengan tingkat sosialnya. Jadi, bahasa atau ragam bahasa yang digunakan di kalangan *Wong Cilik* tidak sama dengan *Wong Saudagar*, dan lain pula bahasa yang digunakan para *Priyayi*.





BAB-III

Latar Belakang Perusahaan

3.1 Sejarah PT Kusuma Satria Dinasasri Wisata Jaya.

Kusuma PT. Kusuma Satria Dinasasri Wisata Jaya yang selanjutnya disebut PT. Agrowisata adalah salah satu bentuk usaha agribisnis baru yang dapat diartikan sebagai salah satu bentuk wisata yang menonjolkan usaha pertanian sebagai ciri yang kuat sekaligus dapat mendukung fungsinya sebagai tempat wisata.

Pada tahun 1989, bermodalkan sebidang tanah kritis yang diolah dengan berbagai cara agar tanaman Apel tersebut dapat tumbuh dengan baik. Mengubah tanah kritis dan berbatu bukanlah suatu hal yang mudah untuk dikerjakan, tentu saja kerja keras dan pengolahan yang tepat perlu untuk dilakukan. Penggunaan irigasi yang efektif dan pemupukan yang tepat, akhirnya mampu membentuk tanah kritis ini menjadi tanah yang produktif, terutama bagi tanaman Apel dan Jeruk.

Setelah beberapa tahun mengolah tanah dengan kondisi tersebut serta pengujian terhadap tanaman Apel dan Jeruk, maka pada akhir tahun 1991 dibuat Akte Notaris tertanggal 7 September 1991 nomor 63, Kusuma Agrowisata resmi didirikan sebagai lahan pertanian untuk kedua jenis tanaman tersebut.

Sejak itu tempat tersebut mampu untuk menghasilkan Buah Apel dan Jeruk untuk dijual kepada masyarakat luas. Berbagai masalah dalam penjualan terus timbul dan membuat harga buah-buah tersebut bergejolak tidak menentu. Hal itu dapat terjadi karena ulah para tengkulak yang sering sekali memperlmainkan harga, dengan harapan dia membeli dengan harga murah dan menjual dengan harga yang tinggi. Dengan cara tersebut pihak penghasil Apel dan Jeruk terus dirugikan, sedangkan tengkulak yang bertindak sebagai penyalur mendapat keuntungan yang sangat besar.

Pengalaman pertama sudah memberikan petunjuk bahwa penjualan melalui tengkulak banyak sekali merugikan, oleh karena itu selanjutnya

metode penjualan diganti dengan penjualan langsung kepada pembeli melalui beberapa toko. Dengan harapan dapat mengurangi permainan harga dari pihak ketiga, tetapi cara ini bukanlah cara yang mudah untuk ditempuh, banyak juga kendala-kendala yang muncul dalam pelaksanaannya, yang berakhir pada menipisnya keuntungan yang diperoleh.

Dua pengalaman pahit ini dijadikan motivasi untuk merubah sistem penjualan buah-buahan tersebut. Akhirnya dengan berbagai pertimbangan yang matang pada tanggal 24 Mei 1992, Kusuma Agrowisata resmi didirikan dan dibuka untuk umum sebagai tempat wisata dengan nama lengkap PT. Kusuma Satria Dinasasri Wisata Jaya. Sebagai fasilitas penunjangnya adalah Kusuma Agrowisata Hotel resmi beroperasi pada tanggal 23 Januari 1993, dengan SK. Dirjen Parpostel No. 394 / Parpostel / 1992 tertanggal 9 November 1992.

Dengan diresmikannya lokasi ini menjadi sebuah obyek wisata baru yang menawarkan nuansa baru pada bidang pariwisata, maka tidak heran dalam waktu yang relatif cepat tempat ini berkembang dengan pesat. Terbukti dengan modal awal sebidang tanah dan sekarang luasnya mencapai 12,8 Ha hanya untuk Kebun Apel dan Jeruk. Sebagai rincian 10 Ha untuk Apel dan 2,8 Ha untuk Kebun Jeruk, belum lagi perluasan wilayah yang dilengkapi dengan berbagai fasilitas. Seperti Hotel, Kebun Kopi, Sayur, Kebun Apel dan Jeruk (selain untuk tujuan wisata), dan fasilitas yang lain, ini menjadi bukti nyata bahwa Agrowisata sudah dapat diterima oleh masyarakat luas dan juga mampu menghasilkan keuntungan yang besar bagi perusahaan dan masyarakat sekitarnya.

3.2 Struktur Organisasi di Kusuma Agro.

PT. Kusuma Satria Dinasasri Wisata Jaya mempunyai tiga buah divisi yang mengelola bagian-bagian yang berbeda satu dengan yang lain, berikut ini ketiga divisi utama di bawah naungan perusahaan tersebut:



3.3 Hasil – Hasil Produk Pertanian Yang Dikembangkan Pada Agrowisata.

3.3.1 Tanaman Apel.

Apel (*Malus Sylvestris Mill*) adalah tanaman tahunan yang berasal dari daerah Subtropis. Di Indonesia, Apel dapat tumbuh dengan baik pada ketinggian 800 – 1200 meter di atas permukaan laut, dengan suhu pada 16° – 25° C dan kelembaban udara pada sekitar tanaman mencapai kisaran 75% - 85%. Curah hujan yang ideal untuk pertumbuhan Apel berkisar pada 1600 – 2600 mm/th atau jumlah hari hujan sama dengan 110 – 150 hari/th. Kebutuhan sinar matahari juga berpengaruh besar agar dapat menghasilkan pembungaan dan mutu buah yang bagus, maka diperlukan sekitar 50% - 75% pada setiap harinya.

Berikut ini adalah sekilas proses siklus Apel dari mulai panen sampai pada masa panen berikutnya, tahap-tahap tersebut adalah:

1. Masa panen.

Rata-rata untuk semua jenis Apel bisa dipanen pada usia 4-5 bulan setelah perompesan. Masa ini juga menyajikan buah segar yang masak dan siap untuk dijadikan wisata petik bagi wisatawan.

2. Masa Istirahat.

Masa ini berlangsung antara 2 minggu sampai 4 minggu dari masa panen, yaitu dengan membiarkan daun Apel sedikit mengering,

tujuannya adalah memberikan kesempatan untuk istirahat pada tanaman dan memberikan waktu untuk mempersiapkan pembuahan selanjutnya.

3. Perompesan Daun dan Pemangkasan.

Berakhirnya masa istirahat yang kemudian dilanjutkan dengan perontokan daun dan juga pemangkasan cabang-cabang yang kurang produktif. Agar pembuahan selanjutnya dapat lebih mempunyai kualitas dan kuantitas. Perompesan dikenal juga sebagai “penyesuaian musim”, dimana di daerah asal tempat Apel tersebut terdapat musim gugur, sedang di Indonesia tidak ada musim gugur maka untuk mengatasinya diadakan perontokan secara manual dengan memakai tangan yang fungsinya hampir sama dengan musim gugur yang diperlukan oleh pohon Apel.

4. Pelengkungan Cabang (penelungan).

Penelungan merupakan suatu cara yang dilakukan petani Apel untuk memperbanyak ranting pohon, sebagai mana hasil penelitian menunjukkan bahwa ranting yang memanjang kesamping (horisontal) dapat lebih banyak menghasilkan ranting dan otomatis dapat juga menghasilkan buah lebih banyak, daripada cabang yang memanjang keatas (vertikal). Disamping itu juga berfungsi untuk memendekkan pohon agar buahnya mudah dipetik.

5. Tumbuhnya Bunga.

Pada jangka waktu 2-4 minggu setelah perompesan daun dilakukan, maka bunga Apel sudah mulai mekar pada setiap pohonnya. Bunga Apel dapat bertahan sekitar satu bulan di pohon, yang kemudian rontok dengan sendirinya. Bunga yang tumbuh hampir bersamaan pada setiap pohon menjadi tontonan tersendiri bagi pengunjung.

6. Tumbuhnya Daun.

Setelah bunga berguguran, kemudian disusul dengan tumbuhnya daun. Hal ini berlangsung selama 2-8 minggu sampai umur daun benar-benar siap untuk memproses sari-sari makanan.

7. Penjarangan Buah.

Setelah daun sudah terbentuk dengan baik dan bunga mulai rontok maka pada tempat tumbuhnya bunga akan tampak bakal-bakal buah Apel yang jumlahnya cukup bervariasi pada setiap tangkai. Untuk menjaga kualitasnya penjarangan buah perlu dilakukan. Pada setiap tangkainya disisakan 2-3 buah per tangkai agar mencapai yang diinginkan.

8. Pemupukan dan Pengobatan.

Pemupukan dan pengobatan dilakukan mulai masa pembibitan hingga masa panen, adapun pupuk yang dipakai yaitu; pupuk untuk daun, pupuk untuk buah, pupuk untuk batang, dan pupuk untuk akar. Sedangkan obat-obatan dipakai bila tanaman diserang penyakit.

9. Pembibitan.

Pembibitan adalah tahap awal dalam proses penanaman pohon Apel. Pembibitan dapat dilakukan dengan cara okulasi atau menyambung bibit Apel yang akan ditanam dengan batang dari pohon induk yang produktif, sehingga sifat-sifat dari pohon induk tidak hilang.

3.3.2 Tanaman Jeruk.

Selain Apel beberapa jenis Jeruk pun dibudidayakan di Kusuma Agro, diantaranya adalah Jeruk Valensia (*Citrus Sinensis*), Java (*Citrus Parasidi*), Gulung Nambangan, dan Keprok Batu (*Citrus Sinensis Linn*). Pada saat musim panen semuanya tersedia untuk tujuan wisata petik.

Semua jenis Jeruk yang ada rata-rata dapat tumbuh dengan baik pada ketinggian 700-900 dengan suhu yang berkisar pada 15° – 25° C dan yang terpenting adalah perbedaan suhu siang dan malam tidak terlalu tajam karena hal itu dapat menimbulkan berbagai macam penyakit bagi tanaman ini. Sama dengan tanaman Apel, Jeruk juga membutuhkan sekitar 50% - 75% sinar matahari pada setiap harinya, sedangkan curah hujan yang dibutuhkan berkisar pada 1800 – 2100 mm/th dengan kelembaban 50% - 80%.

Berikut ini adalah perawatan mulai masa panen sampai pada masa panen selanjutnya:

1. Masa Panen.

Pada umumnya masa ini berlangsung selama satu kali dalam setahun, karena tanaman Jeruk hanya dapat berbuah setiap 9 - 10 bulan.

2. Masa Istirahat.

Masa ini secara otomatis terbentuk oleh tanaman itu sendiri, jadi setelah buah habis dipanen tanaman ini tidak langsung berproses untuk mempersiapkan buah selanjutnya, tetapi beristirahat selama 1 – 2 bulan.

3. Pemangkasan.

Pemangkasan dilakukan untuk menghindari kelebihan ranting yang dapat menurunkan produktivitas Jeruk. Pemangkasan dilakukan untuk membuang batang air dan menyisakan batang yang produktif untuk memacu pertumbuhan bunga.

4. Pemupukan dan Pertumbuhan bunga.

Setelah pemangkasan dilakukan pemupukan dengan menambahkan pupuk kandang pada area tanam Jeruk yang bertujuan untuk menambah unsur hara pada tanah di area lahan Jeruk.

5. Panen.

Beberapa bulan kemudian, sekitar 7 bulan setelah pembungaan, Jeruk bisa dipanen dan disajikan sebagai obyek wisata petik.

6. Antisipasi lalat buah.

Untuk mengantisipasi lalat buah, digunakan perangkap yang berfungsi untuk menangkap lalat dalam sebuah alat yang sudah diolesi dengan semacam minyak hingga lalat lengket didalamnya.

3.4 Hasil Olahan di Kusuma Agro.

Luas kebun Apel adalah yang terluas dibandingkan dengan kebun Jeruk, jadi *over product* pada jenis buah ini sangat sering terjadi, meskipun sudah dilakukan penjualan langsung kepada wisatawan. Terutama untuk buah Apel yang kurang berkualitas, misalnya; masak terlalu cepat, jatuh akibat rontok secara sengaja atau tidak, dan beberapa sebab lain.

Untuk mengatasi hal itu maka dibuatlah makanan olahan yang lebih menarik dan mempunyai nilai tambah bagi perusahaan dan wisatawan. Bentuk-bentuk yang dikembangkan di Kusuma Agro adalah:

1. Jenang Apel,
2. Sari Apel,
3. Brem Apel,
4. Jeli Apel,
5. Bir Apel,
6. Wingko Apel,
7. Juice Apel, dan
8. Kripik Apel.





BAB V

Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan.

Pemandu wisata adalah salah satu faktor kecil dari industri pariwisata yang berpengaruh cukup besar bagi perkembangan industri tersebut. Dari peran ini diharapkan mampu meningkatkan kunjungan wisatawan dari waktu ke waktu.

Wawasan seputar Agro Wisata perlu untuk dikuasai dengan baik, karena salah satu tugas pemandu wisata di sini adalah sebagai *personal selling*. Atas dasar tugas itu diharapkan segala bentuk barang dan jasa yang tersedia di perusahaan ini bisa terjual kepada wisatawan apabila mereka memerlukannya. Tugas pemandu yang lain adalah sebagai penasihat terpercaya bagi wisatawan. Dengan aturan main tersebut diharapkan pemandu dapat membantu memberikan informasi yang diperlukan tidak saja informasi secara umum, tetapi juga informasi secara detail. Dalam beberapa situasi yang tepat terkadang wawasan seputar Agro Wisata bisa juga menjadi topik pembicaraan yang menarik.

Dalam berkomunikasi tidak akan mungkin bisa lepas dari bahasa yang digunakan oleh pemandu dan wisatawan. Bahasa ini haruslah dapat dimengerti oleh kedua belah pihak secara baik dan benar, agar tujuan bahasa sebagai alat penyampai pikiran gagasan dan perasaan dapat tercapai dengan sempurna. Menjadi pemandu wisata akan lebih menguntungkan bagi semua pihak jika menguasai lebih dari satu bahasa, sehingga mampu berkomunikasi dengan wisatawan yang berasal dari daerah-daerah tertentu dengan bahasa yang berbeda. Salah satu perasaan yang timbul pada perasaan wisatawan ketika berada di tempat yang baru adalah perasaan terasing dari dunianya, dengan adanya pemandu perasan tersebut jauh berkurang karena pemandu juga bertugas sebagai penghilang perasaan kesepian dan keterasingan wisatawan pada lokasi tersebut.

Bertemu dengan orang lain yang berbeda tidak saja dari segi bahasa tetapi juga dari segi budaya menantang pemandu wisata untuk mengerti budaya mereka. Pengertian terhadap budaya ini akan membantu pemandu wisata untuk berinteraksi dengan berbagai asal wisatawan, terutama kaitannya dengan sopan santun terhadap mereka. Pemahaman budaya (*cross culture understanding*) memberikan penilaian yang baik dari wisatawan terhadap pemandu pada khususnya dan perusahaan pada umumnya. Wisatawan merasa bahwa dirinya diperlakukan dan dihormati sebagai mana masyarakat mereka berasal memperlakukan dan menghormati orang lain.

Mudahnya tugas seorang pemandu wisata adalah memandu wisatawan, tetapi dalam menjalankan tugas tersebut terdapat banyak sekali aturan-aturan main yang harus dipatuhi oleh setiap pemandu. Menjadi pemandu harus benar-benar paham akan *kode etik* dan jabaran tugas selama menjalankan aktifitas memandu, jadi tidak hanya asal memandu saja. Dua hal itu menjadi pegangan utama bagi pemandu karena pemandu wisata tersebut mewakili perusahaan yang menaunginya. Tentunya perusahaan wisata tersebut mempunyai misi-misi tertentu yang perlu disampaikan kepada wisatawan melalui pemandu wisata.

Dapat disimpulkan bahwa kelengkapan seorang pemandu wisata meliputi: pengetahuan tentang perusahaan yang menaunginya, kebahasaan, kebudayaan, dan kepemanduan. Hal-hal itu harus dikuasai dan dimengerti dengan baik selama menjalin hubungan dengan wisatawan agar pemandu wisata benar-benar menjadi bagian yang integral dari sebuah industri pariwisata yang menguntungkan bagi semua pihak.

5.2 Saran.

Beberapa saran yang dapat disumbangkan setelah melaksanakan Praktik Kerja Nyata (PKN) dan mengaplikasikan teori-teori yang diperoleh di bangku kuliah pada aktifitas nyata sebagai pemandu wisata di PT. Kusuma Satria Dinasari Wisata Jaya, maka kami menyarankan kepada:

Program Diploma 3 Bahasa Inggris.

- A. Sesuai dengan tugas sebagai pemandu wisata bagi wisatawan domestik dan mancanegara maka dirasakan perlu untuk mengetahui lebih jauh mengenai pemahaman budaya antara barat dan timur dengan cara pengadaaan mata kuliah *Cross Culture Understanding*.
- B. Dalam penyusunan laporan PKN kami memerlukan contoh dari laporan terdahulu sebagai bahan pertimbangan, akan tetapi terdapat perbedaan peraturan mengenai isi laporan tersebut. Terutama Bab IV mengenai kegiatan PKN yang dianggap kurang mencerminkan hasil laporan mahasiswa Diploma III Bahasa Inggris. Oleh sebab itu, kami menyarankan aturan yang pasti tentang penyusunan laporan, sehingga benar-benar berhubungan dengan Bahasa Inggris.

Agro Wisata Batu.

- A. Prinsip "*The Right Man for The Right Position*" perlu untuk digalakkan karena ada beberapa posisi di Agro Wisata yang diisi oleh orang yang kurang menguasai bidang pekerjaannya.
- B. Perlunya dikembangkan sikap saling hormat menghormati antar sesama karyawan agar berkurang kesenjangan yang ada dan terjalin kerjasama yang harmonis antara sesama karyawan, baik karyawan tetap, *casual*, dan peserta magang, atau juga antara atasan dan bawahan.
- C. Menjadi pemandu wisata bagi peserta magang menginginkan diberi kesempatan yang luas untuk memandu wisatawan manca negara oleh karena itu pemandu senior diharapkan untuk tidak terlalu "*show off*" dan lebih pengertian terhadap peserta magang.
- D. Perbaikan di segala bidang perlu untuk ditingkatkan ke arah yang lebih baik, terutama mengenai kualitas buah yang banyak dikeluhkan oleh para wisatawan karena ukuran dan rasanya yang kurang memuaskan selera.

Peraturan yang jelas yang berlaku bagi karyawan maupun peserta magang hendaknya, diberikan ketika *briefing* pertama kali diberikan, agar tidak terjadi kesalahpahaman yang mengakibatkan masalah di kemudian hari.



Lampiran I

Data Kunjungan Wisatawan Belanda Melalui Travel Agent Kusuma Agro Wisata Hotel Schedule 2001

No.	Group	C/I - C/O
1	G-01/01	31/10'01-03/02'01
2	G-02/01	30/01'01-02/02'01
3	G-03/01	07/02'01-10/02'01
4	G-05/01	06/02'01-09/02'01
5	G-06/01	21/02'01-24/02'01
6	G-08/01	20/02'01-23/02'01
7	G-10/01	02/03'01-05/03'01
8	G-11/01	07/03'01-10/03'01
9	G-13/01	06/03'01-09/03'01
10	G-15/01	21/03'01-24/03'01
11	G-17/01	20/03'01-23/03'01
12	G-20/01	04/04'01-07/01'01
13	G-22/01	03/04'01-06/04'01
14	G-23/01	11/04'01-14/04'01
15	G-24/01	13/04'01-16/04'01
16	G-26/01	10/04'01-13/04'01
17	G-28/01	14/04'01-17/04'01
18	G-29/01	25/04'01-28/04'01
19	G-33/01	02/05'01-05/05'01
20	G-36/01	30/04'01-03/05'01
21	G-37/01	05/05'01-08/05'01
22	G-40/01	05/05'01-19/05'01
23	G-41/01	16/05'01-19/05'01
24	G-43/01	14/05'01-17/05'01
25	G-44/01	23/05'01-26/05'01
26	G-46/01	19/05'01-22/05'01
27	G-48-01	30/05'01-02/06'01
28	G-51/01	01/06'01-04/06'01
29	G-53/01	02/06'01-05/06'01
30	G-55/01	09/06'01-12/06'01
31	G-56/01	20/06'01-23/06'01
32	G-59/01	23/06'01-26/06'01
33	G-62/01	11/07'01-14/07'01
34	G-63/01	07/07'01-10/07'01
35	G-65/01	14/07'01-17/07'01
36	G-66/01	25/07'01-28/07'01
37	G-68/01	21/07'01-24/07'01

No.	Group	C/I - C/O
38	G-70/01	01/08'01-13/08'01
39	G-76/01	10/08'01-13/08'01
40	G-77/01	06/08'01-09/08'01
41	G-78/01	15/08'01-18/08'01
42	G-79/01	11/08'01-14/08'01
43	G-80/01	22/08'01-25/08'01
44	G-82/01	18/08'01-21/08'01
45	G-85/01	05/08'01-08/09'01
46	G-87/01	01/08'01-04/09'01
47	G-91/01	08/09'01-11/08'01
48	G-92/01	19/09'01-22/09'01
49	G-94/01	15/09'01-18/09'01
50	G-95/01	26/09'01-29/09'01
51	G-98/01	03/10'01-06/10'01
52	G-101/01	05/10'01-08/10'01
53	G-102/01	01/10'01-04/10'01
54	G-105/01	17/10'01-20/10'01
55	G-107/01	13/10'01-16/10'01
56	G-108/01	24/10'01-27/10'01
57	G-110/01	22/10'01-25/10'01
58	G-112/01	02/11'01-05//11'01
59	G-114-/01	07/11'01-10/11'01
60	G-116/01	03/11'01-06/11'01
61	G-117/01	14/11'01-17/11'01
62	G-120/01	21/11'01-24/11'01
63	G-121/01	17/11'01-20/11'01
64	G-124/01	24/11'01-27/11'01
65	G-125/01	01/12'01-04/12'01
66	G-127/01	19/12'01-22/12'01
67	G-129/01	15/12'01-18/12'01
68	G-130/01	02/01'02-05/01'02
69	G-132/01	29/12'01-01/01'02

Keterangan :

C/I : Check In

C/O : Check Out

Lampiran II

Data Kunjungan Wisatawan

A. Tabel Kunjungan Tahunan.

No	Tahun	Domestik	Wisman	Total
1	1994	77.001	3.274	80.275
2	1995	102.986	3.887	106.873
3	1996	136.748	7.891	144.634
4	1997	97.403	9.456	106.859
5	1998	65.378	2.158	106.859
6	1999	68.747	2.720	67.536

B. Data Perbandingan Kunjungan Per Bulan Pada Tahun 2000.

Bulan	Domestik	Guest Card	Wisman	Total
Januari	12.918	5.885	0	18.803
Februari	4.304	2.442	0	6.746
Maret	7.428	2.837	0	10.265
April	7.583	2.887	33	10.503
Mei	4.899	2.572	121	7.593
Juni	7.161	3.890	0	11.051
Juli	10.390	5.230	131	15.751
Agustus	6.135	2.624	25	8.784
September	4.929	1.856	0	6.785
Oktober	10.946	3.739	22	14.707
Nopember	6.571	2.895	0	9.466
Desember	11.585	4.436	134	16.428

Lampiran III

Jenis-jenis Apel.

Beberapa jenis Apel yang dikembangkan di Kusuma Agro Wisata antara lain adalah:

Kriteria	Rome Beauty	Manalagi	Anna	Wanglin/Lali Jiwo	Princess Nobel
Bentuk Buah	Globose	Flat	Long Conical	Globose Conical	Conical
Bobot Buah	± 169,11 gr/buah	± 145,50 gr/buah	± 130,5 gr/buah	± 150 gr/buah	± 175 gr/buah
Warna Buah	Hijau Kemerahan	Hijau Kekuningan	Merah Tua	Hijau Bintik Coklat	Hijau Berbintik
PTT/Asam (%)	30,94 Segar	54,82	27,18 Segar	50,82	22,20
Cita Rasa	Asam Manis	Manis	Manis Asam	Manis Renyah	Segar Agak Asam
Vit. C mgr/100gr	3,58	7,43	8,18	7,23	6,78
Kadar Air	86,65%	84,055	84,12%	85%	86,35%
Produksi	± 12 kg/pohon	± 15 kg/pohon	± 10 kg/pohon	± 15 kg/pohon	± 15 kg/pohon
Aroma	Lemah	Kuat	Kuat	Lemah	Kuat
Asal	Belanda	Belanda / Batu	Israel	Taiwan	Amerika

Bibliography

Bambang Soelarso; 1997: **Budi Daya Apel**, Penerbit Kanisius.

Chaer, Agustina; 1995: Edisi I, **Sosiolinguistik Suatu Pengantar**, Penerbit Rineka Cipta.

Joesoef; 1989: **Penuntun Berkebun Jeruk**, Penerbit Bhartara Jakarta.

Oka A Yoeti; 1992: Edisi II, **Pengantar Ilmu Pariwisata**, Angkasa Offset Bandung.

Pateda; 1994: Edisi III, **Sosiolinguistik**, Penerbit Angkasa Bandung.

R. G. Soekadijo; 1997: Edisi III, **Anatomi Pariwisata**, PT. Gramedia Pustaka Tama, Jakarta.

Suwantoro; 1997: Edisi V, **Dasar-dasar Pariwisata**, Penerbit ANDI Yogyakarta.

Tarigan; 1984: Edisi II, **Psikolinguistik**, Penerbit Angkasa Bandung.

