

## PROSPEK PENGEMBANGAN AGROWISATA SALATIGA DI KABUPATEN SEMARANG

Casius Ajang Wikarsa<sup>1</sup>, Arum Ambarsari<sup>2</sup>, Fitri Kurniawati<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Mahasiswa Fakultas Pertanian INSTIPER

<sup>2</sup>Dosen Fakultas Pertanian INSTIPER

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk 1) mengetahui potensi yang memungkinkan untuk dikembangkan di Agrowisata Salatiga dan 2) mengetahui upaya-upaya yang harus dilakukan oleh pihak pengelola guna pengembangan Agrowisata Salatiga. Metode dasar yang digunakan adalah metode deskriptif. Penentuan lokasi menggunakan metode studi kasus di Agrowisata Salatiga, Kabupaten Semarang. Sampel yang diambil sebanyak 54 responden, terdiri dari 24 orang karyawan dan 30 orang pengunjung. Prosedur pengambilan dan pengumpulan data dilakukan melalui tahap observasi, wawancara, dan pencatatan. Data yang diambil yaitu data primer dan data sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) potensi yang dapat dikembangkan di Agrowisata Salatiga untuk fasilitas pertanian antara lain pembuatan rumah pohon, pembuatan galeri tanaman, penyediaan jasa konsultasi budidaya tanaman yang baik dan benar, pengembangan *coffee corner*, pengembangan teknologi hasil pangan (pembuatan sirup jahe dan selai nanas), pengembangan teknologi tepat guna (pembuatan kompos, biogas, pupuk padat dan pupuk cair), pengadaan paket *fieldtrip* tanaman buah, *agroforestry* dan perkebunan, peningkatan teknis budidaya pertanian, dan penambahan koleksi tanaman buah dan tanaman bunga, sedangkan untuk fasilitas umum antara lain perbaikan/perataan jalan masuk, perluasan area parkir, pengadaan wahana *flying fox*, penambahan wahana bermain anak, perluasan kolam renang anak, pengadaan *Air Conditioner* (AC) dalam kamar hotel, dan pengadaan resort, dan 2) upaya-upaya yang bisa dilakukan oleh pihak pengelola Agrowisata Salatiga guna pengembangan yaitu mengadakan rapat masing-masing departemen, membuat rencana pengembangan Agrowisata Salatiga dan rencana pelatihan khusus untuk para karyawan tentang dasar-dasar budidaya tanaman perkebunan, mengajukan rencana pengembangan (proposal) kepada PT. Rumeksa Mekaring Sabda, mendapatkan *feed back* (umpan balik) dari PT. Rumeksa Mekaring Sabda, kemudian melakukan kegiatan pengembangan sesuai yang telah direncanakan.

**Kata kunci :** agrowisata, pengembangan, sarana wisata.

### PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara kepulauan yang dikenal dengan kekayaan alamnya. Terletak di khatulistiwa, menjadikannya negara tropis yang memiliki dua musim (musim penghujan dan musim kemarau). Air yang melimpah, sinar matahari yang cukup, menjadikan tanah di negara ini sangat subur dan memiliki kandungan alam yang melimpah. Hal ini menjadikan Indonesia memiliki peluang yang baik untuk mengembangkan diri di sektor agrowisata, yang tentunya akan menjadikan pariwisata Indonesia lebih maju dan bervariasi (Nababan, 2014).

Banyaknya pengunjung yang datang ke tempat wisata yang ada di Kabupaten Semarang selama tahun 2009 - 2013

menunjukkan tren yang terus naik. Jumlah pengunjung tahun 2013 sebanyak 1.366.460 mengalami peningkatan 86.610 (meningkat 7 persen) dibandingkan tahun 2012. Banyaknya pengunjung tidak terdistribusi normal pada semua objek wisata.

Bappenas (2014) mengemukakan bahwa kondisi alam Kabupaten Semarang yang menarik membuat obyek wisata di Kabupaten Semarang cukup diminati oleh banyak pengunjung. Bahkan banyak pengunjung yang berasal dari luar kota terutama pada saat musim liburan anak sekolah. Objek wisata yang ada tersebar di wilayah Kabupaten Semarang cukup bervariasi terutama menjual wisata alam. Pada Tahun 2013 jumlah wisatawan domestik maupun asing yang berkunjung

berjumlah 1.366.460 pengunjung, meningkat 86.610 pengunjung (6,76 persen) dibandingkan Tahun 2012 sebanyak 1.279.850. Obyek wisata yang paling banyak dikunjungi adalah Gua Maria Kerep Ambarawa, Candi Gedong

Songo, Makam Nyatnyono dan Pemandian Muncul, Pemandian Muncul, Kampoeng Kopi Banaran, dan pemandian Siwarak. Sedangkan tempat wisata lainnya kurang diminati atau belum optimal pengelolaannya.



Gambar 1. Grafik Jumlah Pengunjung Lokasi Wisata Kabupaten Semarang (Sumber : Bappenas, 2014)

Pada era ini, manusia di bumi hidupnya dipenuhi dengan kejenuhan, rutinitas dan segudang kesibukan. Untuk kedepan, prospek pengembangan agrowisata diperkirakan sangat cerah. Pengembangan agrowisata dapat diarahkan dalam bentuk ruangan tertutup (seperti museum), ruangan terbuka (taman atau lansekap), atau kombinasi antara keduanya. Tampilan agrowisata ruangan tertutup dapat berupa koleksi alat-alat pertanian yang khas dan bernilai sejarah atau naskah dan visualisasi sejarah penggunaan lahan maupun proses pengolahan hasil pertanian. Agrowisata ruangan terbuka dapat berupa penataan lahan yang khas dan sesuai dengan kapabilitas dan tipologi lahan untuk mendukung suatu sistem usahatani yang efektif dan berkelanjutan. Komponen utama pengembangan agrowisata ruangan terbuka dapat berupa flora dan fauna yang dibudidayakan maupun liar, teknologi budi daya dan pascapanen komoditas pertanian yang khas dan bernilai sejarah, atraksi budaya pertanian setempat, dan pemandangan alam berlatar belakang pertanian dengan kenyamanan yang dapat dirasakan (Utama, 2005).

Suatu kawasan pertanian/perkebunan yang ideal untuk dapat dimanfaatkan sebagai objek dan daya tarik agrowisata adalah kawasan yang kegiatannya merupakan kesatuan yang utuh mulai dari pembibitan sampai dengan pengolahan hasil bahkan pemasarannya. Menurut Utama (2005), hal ini didasarkan atas pertimbangan bahwa setiap kegiatan dan proses perusahaan perkebunan dapat dijadikan daya tarik atau atraksi yang menarik bagi wisatawan mulai dari pembibitan, penanaman, pengolahan ataupun pengepakan hasil produksinya. Untuk menunjukkan kepada wisatawan suatu perkebunan yang baik dan benar, seyogyanya dalam objek dilengkapi dengan unit pengolahan, laboratorium, pengepakan hasil, sarana dan prasarana.

Usaha agrowisata bersifat jangka panjang dan hampir tidak mungkin sebagai usaha jangka pendek, untuk itu segala usaha perlu dilakukan dalam perspektif jangka panjang. Sekali konsumen/wisatawan mendapatkan kesan buruknya kondisi sumberdaya wisata dan lingkungan, dapat berdampak jangka panjang untuk mengembalikannya. Dapat

dikemukakan bahwa agrowisata merupakan usaha agribisnis yang membutuhkan keharmonisan semua aspek. Salah satu aspek yang paling penting adalah sarana utama untuk pertanian/perkebunan.

Sarana utama untuk pertanian/perkebunan dan fasilitas pendukung lainnya, dalam suatu kawasan wisata perlu diadakan untuk memenuhi permintaan konsumen. Suwanto (2004) mengemukakan bahwa sarana wisata merupakan kelengkapan daerah tujuan wisata yang diperlukan untuk melayani kebutuhan wisatawan dalam menikmati perjalanan wisatanya. Pembangunan sarana wisata di daerah tujuan wisata maupun objek wisata tertentu harus disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan baik secara kuantitatif maupun kualitatif.

Sarana yang diadakan sebaiknya disesuaikan dengan konsep wisata yang ada. Menurut Suwanto (2004), sarana wisata secara kuantitatif menunjuk pada jumlah sarana wisata yang harus disediakan, dan secara kualitatif yang menunjukkan pada mutu pelayanan yang diberikan dan yang tercermin pada kepuasan wisatawan yang memperoleh pelayanan. Dalam hubungannya dengan jenis wisata, sarana wisata agro disusun dan dilengkapi sesuai dengan konsep agrowisata yang lebih mempertunjukkan unsur pertanian, sehingga penyedia sarana wisata tinggal memilih atau menentukan jenis dan kualitas sarana yang akan disediakan.

Agrowisata Salatiga terletak di lereng Gunung Merbabu pada ketinggian 600 mdpl, tepatnya di Jl. Hasanudin (Jl. Raya Salatiga-Kopeng) KM 4, Salatiga, Jawa Tengah, atau 500 m dari jalan lingkaran kota Salatiga menuju wisata Kopeng. Letak agrowisata ini berada di tempat yang strategis yaitu di antara kota Semarang, Solo, Magelang, dan Yogyakarta. Dengan udara yang masih alami, bebas polusi, dikelilingi oleh jajaran pegunungan, indahnya pemandangan Rawa Pening dan Kota Salatiga dari kejauhan menciptakan daya tarik tersendiri bagi wisatawan lokal maupun asing (Anonim, 2016).

Komoditas perkebunan yang diusahakan di Agrowisata Salatiga diantaranya yaitu kopi dan cengkeh. Seperti yang dijelaskan Utama

(2005), perkebunan yang dapat dijadikan sebagai objek agrowisata terdiri dari perkebunan kelapa sawit, karet, teh, kopi, kakao, tebu, dan lain-lain. Pada dasarnya luas suatu perkebunan ada batasnya, namun perkebunan yang dijadikan sebagai objek agrowisata luasnya tidak dibatasi, dengan kata lain luasnya sesuai izin atau persyaratan objek agrowisata yang diberikan.

Adanya fasilitas-fasilitas dan sarana yang disediakan oleh Agrowisata Salatiga tentu menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen. Deptan (2005) menjelaskan bahwa kehadiran konsumen/wisatawan juga ditentukan oleh kemudahan-kemudahan yang diciptakan, mulai dari pelayanan yang baik, kemudahan akomodasi dan transportasi sampai kepada kesadaran masyarakat sekitarnya. Upaya menghilangkan hal-hal yang bersifat formal, kaku dan menciptakan suasana santai serta kesan bersih dan aman merupakan aspek penting yang perlu diciptakan.

Berbagai macam fasilitas di Agrowisata Salatiga yang bisa dinikmati oleh para pengunjung diantaranya taman bunga, taman bermain anak, peternakan, perkebunan, dan *jogging track*. Seiring berjalannya waktu, terjadi pergeseran konsep, yang semula *service oriented* (berorientasi pada pelayanan) beralih ke *business oriented* (berorientasi pada bisnis), hal ini menjadikan aspek pertanian seperti dikesampingkan.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

### **Metode Dasar Penelitian**

Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Metode deskriptif merupakan suatu metode penelitian yang memusatkan diri pada pemecahan masalah-masalah yang ada di masa sekarang, di mana data dikumpulkan, disusun, dan dijelaskan kemudian dianalisa. Metode ini dilakukan dengan jalan mengumpulkan data, menyusun, menganalisa dan kemudian dilakukan pengambilan kesimpulan (Soeranto dan Arsyad, 1998).

### **Metode Penentuan Lokasi dan Waktu Pelaksanaan Penelitian**

Teknik pengambilan sampel lokasi yang dijadikan sebagai tempat penelitian dengan

metode studi kasus yaitu lokasi bersifat kasus hanya pada satu wilayah kecil tertentu, dengan pertimbangan bahwa terdapat sebuah agrowisata yang menarik dan layak untuk diteliti di Agrowisata Salatiga, Jl. Hasanudin (Jl. Raya Salatiga-Kopeng) KM 4, Salatiga, Jawa Tengah. Penelitian dilakukan pada hari Sabtu dan Minggu dengan rentang waktu mulai Mei – Juni 2016. Hal ini dikarenakan pada kedua hari tersebut merupakan hari kunjungan dengan jumlah pengunjung terbanyak.

### **Metode Penentuan Sampel**

Metode penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan cara *purposive sampling*. *Purposive sampling* dilakukan dengan mengambil orang-orang yang terpilih betul oleh peneliti menurut ciri-ciri khusus yang dimiliki oleh sampel itu (Soeratno dan Arsyad, 1998). Responden pada penelitian ini adalah 30 orang yang pernah berkunjung/menginap di Agrowisata Salatiga dan 24 orang karyawan perusahaan. Terdapat 12 departemen perusahaan antara lain Human & Resources (2 orang), Security (13 orang), Marketing (5 orang), Front Office (12 orang), Recreation (2 orang), House Keeping (9 orang), Gardening (2 orang tenaga outsourcing), Accounting (6 orang), Food & Beverages Service (9 orang), Food & Beverages Product (9 orang), Camping Ground (7 orang), dan Engineering (9 orang) dari masing-masing departemen diambil 2 orang karyawan sebagai sampel.

### **Prosedur Pengambilan dan Pengumpulan Data**

#### 1. Prosedur Pengambilan Data

##### a. Observasi

Observasi sering disebut juga sebagai metode pengamatan. Menurut Soeratno dan Arsyad (1998), metode observasi adalah cara pengumpulan data dengan cara melakukan pencatatan secara cermat dan sistematis.

##### b. Wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data dengan cara bertanya langsung (berkomunikasi langsung) dengan responden (Soeratno dan Arsyad, 1998). Sebelumnya peneliti membuat kuesioner, dengan membuat kuisisioner

peneliti memberikan daftar pertanyaan kepada responden untuk diisi. Tujuan pembuatan kuisisioner ini adalah untuk memperoleh informasi yang relevan dengan penelitian dengan kesahihan yang cukup tinggi.

##### c. Pencatatan

Teknik pencatatan yaitu pengumpulan data dengan cara mencatat data primer dan data sekunder yang berhubungan dengan judul penelitian baik dengan instansi terkait, pengunjung agrowisata, dan sebagainya.

#### 2. Pengumpulan Data

Data penelitian berasal dari dua sumber, yaitu:

##### a. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari wawancara terhadap responden pada pertanyaan yang telah disiapkan. Data primer umumnya bersifat lebih terperinci daripada data sekunder. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara langsung dengan responden.

##### b. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang ada pada pengelola Agrowisata Salatiga serta dokumen-dokumen lain yang terkait dengan penelitian ini. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari perusahaan Agrowisata Salatiga, buku-buku penunjang, dan data dari internet.

### **Konseptualisasi dan Pengukuran Variabel**

#### 1. Pengembangan yaitu upaya untuk

membuat atau mengembangkan sesuatu menjadi ke arah yang lebih baik. Dalam dunia pariwisata pengembangan berarti mengolah, membuat atau mengembangkan suatu daerah tujuan wisata menjadi jauh lebih baik (Suwantoro, 2004).

#### 2. Agrowisata adalah salah satu bentuk wisata

yang merupakan perpaduan antara sektor pertanian dan pariwisata. Kegiatan agrowisata lebih menitikberatkan pada upaya menampilkan kegiatan pertanian sebagai daya tarik utama wisatanya tanpa mengabaikan segi kenyamanan. Kegiatan utamanya yaitu mulai dari pembibitan suatu komoditas sampai dengan

pengolahan hasilnya atau bahkan pemasarannya (Supadi dkk, 2004).

3. Sarana wisata merupakan kelengkapan daerah wisata yang diperlukan untuk melayani kebutuhan wisatawan dalam menikmati perjalanan wisatanya. Suatu kawasan agrowisata yang lengkap yaitu yang memiliki sarana utama untuk pertanian/perkebunan, mulai dari pembibitan sampai dengan pemasarannya (Suwanto, 2004).

**Analisis Data**

Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis tabel dan deskriptif yang merupakan metode analisis untuk menyajikan gambaran atau evaluasi tentang hubungan dari suatu proses timbal balik yang saling berkaitan antara suatu kegiatan sehingga dapat dijadikan tolak ukur atau landasan untuk mengetahui berbagai kelemahan (Soeratno dalam Ferry, 2012).

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Gambaran Umum Responden**

Responden pada penelitian ini terdiri dari 24 orang karyawan dan 30 orang pengunjung. Penentuan responden karyawan dilakukan dengan memilih sampel sebanyak 2 orang untuk setiap departemen. Penentuan responden pengunjung dilakukan dengan memastikan bahwa responden pernah berkunjung dan menikmati aneka fasilitas yang ada di Agrowisata Salatiga. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara langsung dengan lebih dari 54 orang responden. Hal ini dikarenakan terdapat beberapa responden yang tidak menjawab secara lengkap terkait dengan pertanyaan-pertanyaan yang diajukan.

**Identitas Karyawan dan Pengunjung**

Penyajian data identitas responden bertujuan untuk memberikan gambaran tentang diri responden. Identitas karyawan diklasifikasikan

berdasarkan umur, alamat, jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan pendapatan. Sedangkan identitas pengunjung diklasifikasikan berdasarkan umur, alamat, jenis kelamin, tingkat pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan.

1. Karyawan

a. Umur

Umur merupakan salah satu kriteria yang digunakan untuk mengukur tingkat produktivitas kerja seorang karyawan. Penentuan umur awal karyawan dilakukan dengan cara mengambil umur yang lebih rendah dari umur terendah yang selisihnya kurang dari rentang umur yang telah ditentukan. Seperti yang dijelaskan oleh Sudjana (1992) bahwa penentuan ujung bawah kelas interval pertama bisa diambil sama dengan data terkecil atau nilai data yang lebih kecil dari data terkecil tetapi selisihnya harus kurang dari panjang kelas yang telah ditentukan. Di samping itu, penentuan umur awal didasarkan pada pertimbangan bahwa seseorang yang telah berumur 18 tahun dalam persepsi masyarakat secara umum cenderung sudah dianggap dewasa dan sudah bisa mulai bekerja (produktif).

Umur terbanyak didominasi oleh karyawan yang berumur 24 – 29 tahun sebanyak 9 orang atau sebesar 37,50% kemudian diikuti oleh karyawan yang berumur 30 – 35 tahun sebanyak 7 orang atau sebesar 29,17%. Hal ini dikarenakan pada rentang umur tersebut seseorang memiliki produktivitas kerja yang tinggi. Tabulasi umur karyawan dapat dilihat pada tabel 7.

Tabel 7. Identitas Karyawan berdasarkan Umur

Umur (Thn)	Jumlah	Persentase (%)
18 – 23	3	12,50
24 – 29	9	37,50
30 – 35	7	29,17
36 – 41	2	8,33

42 – 47	1	4,17
48 – 53	2	8,33
Total	24	100

Sumber : Data Primer, 2016

b. Jenis Kelamin

Dalam rangka mengoptimalkan pelayanan demi kepuasan para pengunjung, memungkinkan para karyawan yang bekerja di Agrowisata Salatiga bervariasi menurut jenis kelaminnya. Karyawan yang berjenis kelamin laki-laki mendominasi sebanyak 19 orang atau sebesar 79,17%

sedangkan karyawan wanita sebanyak 5 orang atau sebesar 20,83%. Hal ini membuktikan bahwa karyawan laki-laki lebih banyak direkrut karena hampir semua pekerjaan di agrowisata tersebut membutuhkan kondisi fisik yang kuat. Tabulasi jenis kelamin karyawan dapat dilihat pada tabel 8.

Tabel 8. Identitas Karyawan berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Laki-laki	19	79,17
Wanita	5	20,83
Total	24	100

Sumber : Data Primer, 2016

c. Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan karyawan Agrowisata Salatiga berada pada jenjang yang cukup tinggi. Pendidikan terakhir karyawan yang paling banyak adalah SMA/SMK yaitu sejumlah 15 orang atau sebesar 62,50%. Hal ini

menunjukkan bahwa sumber daya manusia yang dimiliki oleh perusahaan cukup berkompeten. Tabulasi tingkat pendidikan karyawan dapat dilihat pada tabel 9.

Tabel 9. Identitas Karyawan berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan	Jumlah	Persentase (%)
SD	1	4,17
SMP	1	4,17
SMA/SMK	15	62,50
PT	7	29,17
Total	24	100

Sumber : Data Primer, 2016

d. Pendapatan

Sesuai dengan pendidikan terakhir yang ditempuh, pendapatan rata-rata karyawan berkisar antara Rp. 1.000.001 – Rp. 3.000.000 yaitu sebanyak 22 orang atau sebesar 91,67% dan sama sekali tidak ada karyawan

yang berpendapatan kurang dari Rp. 1.000.000,-. Sebagian besar karyawan merasa nyaman bekerja di Agrowisata Salatiga karena mereka mendapatkan upah sesuai dengan yang dijanjikan oleh perusahaan. Tabulasi pendapatan karyawan dapat dilihat pada tabel 10.

Tabel 10. Identitas Karyawan berdasarkan Pendapatan

Pendapatan (Rp/bln)	Jumlah	Persentase (%)
< 1,000,000	0	0,00
1,000,001 - 3,000,000	22	91,67
3,000,001 - 5,000,000	2	8,33
> 5,000,000	0	0,00
Total	24	100

Sumber : Data Primer, 2016

2. Pengunjung

a. Umur

Dengan bervariasinya fasilitas yang disediakan oleh Agrowisata Salatiga, memungkinkan pengunjung juga bervariasi berdasarkan umurnya. Rata-rata pengunjung yang berkunjung ke Agrowisata Salatiga berumur 31 - 65 tahun. Namun tidak sedikit juga pengunjung yang berumur 15 – 30 yang berkunjung untuk berwisata. Hal ini

menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan antara kalangan tua dengan kalangan muda, artinya semua kalangan ingin berwisata agar pikiran mereka kembali segar (*refreshing*) terlebih pada era sekarang kegiatan wisata dengan konsep alam sedang diminati oleh banyak orang. Tabulasi umur pengunjung dapat dilihat pada tabel 11.

Tabel 11. Identitas Pengunjung berdasarkan Umur

Umur (thn)	Jumlah	Persentase (%)
15 - 19	2	6,67
20 - 30	13	43,33
31 - 65	15	50,00
Total	30	100

Sumber : Data Primer, 2016

b. Alamat

Sebanyak 19 orang pengunjung atau sebesar 63,33% berasal dari luar kota Salatiga. Mereka sengaja datang ke Agrowisata Salatiga untuk menikmati aneka fasilitas yang tersedia di lokasi

wisata tersebut. Hal ini berarti dalam pelaksanaan promosi, perusahaan telah melakukannya dengan baik dan berhasil menarik minat pengunjung yang berasal luar kota. Tabulasi alamat pengunjung dapat dilihat pada tabel 12.

Tabel 12. Identitas Pengunjung berdasarkan Alamat

Alamat	Jumlah	Persentase (%)
Dalam kota	11	36,67
Luar kota	19	63,33
Total	30	100

Sumber : Data Primer, 2016

c. Jenis Kelamin

Lokasi wisata merupakan sebuah lokasi untuk berlibur atau menikmati alam sehingga memungkinkan para pengunjung bervariasi menurut jenis

kelaminnya. Sebanyak 17 orang atau sebesar 56,67% pengunjung berjenis kelamin laki-laki. Tidak berbeda jauh, sebanyak 13 orang atau sebesar 43,33% pengunjung berjenis kelamin wanita.

Hal ini membuktikan bahwa baik laki-laki maupun wanita sama-sama menginginkan sebuah perjalanan menuju lokasi wisata (*traveling*) untuk menyegarkan pikiran (*refreshing*) dan

menikmati fasilitas yang tersedia (rekreasi) setelah sekian lama melakukan rutinitas dan segudang kesibukan. Tabulasi jenis kelamin pengunjung dapat dilihat pada tabel 13.

Tabel 13. Identitas Pengunjung berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Pria	17	56,67
Wanita	13	43,33
Total	30	100

Sumber : Data Primer, 2016

d. Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan pengunjung sudah berada pada jenjang yang tinggi. Hasil menunjukkan sebanyak 14 orang atau sebesar 46,67% pengunjung telah tamat SMA/SMK dan 11 orang atau sebesar 36,67% pengunjung telah tamat Perguruan Tinggi. Artinya saat ini banyak pengunjung berpendidikan tinggi yang memilih menghabiskan

waktu dan membelanjakan uangnya untuk rekreasi di lokasi wisata dengan konsep alam/pertanian (*back to nature*) dan agrowisata menjadi salah satu bentuk wisata pilihan banyak orang yang masih sangat berpeluang besar untuk dikembangkan. Tabulasi tingkat pendidikan pengunjung dapat dilihat pada tabel 14.

Tabel 14. Identitas Pengunjung berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Jumlah	Persentase (%)
SD	2	6.67
SMP	3	10.00
SMA/SMK	14	46.67
PT	11	36.67
Total	30	100

Sumber : Data Primer, 2016

e. Pekerjaan

Pekerjaan seringkali menentukan tingkat kesibukan seseorang sehingga mempengaruhi keputusan orang tersebut untuk berwisata atau berekreasi agar dapat menghilangkan kejenuhan. Pekerjaan pengunjung yang paling mendominasi adalah pegawai swasta yaitu sebanyak 19 orang atau

sebesar 63,33%. Hal ini dikarenakan aktivitas kerja sebagai pegawai swasta sangat sibuk bahkan ada beberapa orang yang mengambil jam lembur, sehingga mereka menyediakan waktu khusus rekreasi untuk membuat pikirannya kembali segar. Tabulasi pekerjaan pengunjung dapat dilihat pada tabel 15.



Tabel 15. Identitas Pengunjung berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
PNS	2	6.67
Pegawai Swasta	19	63.33
Wiraswasta	3	10.00
IRT	1	3.33
Pelajar/Mhs	4	13.33
Pensiun TNI	1	3.33
Total	30	100

Sumber : Data Primer, 2016

f. Pendapatan

Sebagian besar pengunjung Agrowisata Salatiga adalah kalangan menengah ke atas dan mereka membelanjakan uangnya dalam jumlah yang tidak sedikit. Rata-rata pendapatan pengunjung sebanyak Rp. 1.000.001 – Rp. 3.000.000,- yaitu sejumlah 19 orang atau sebesar 63,33%. Pengunjung yang berpendapatan lebih dari Rp. 3.000.001,- sebanyak 6 orang,

dan pengunjung dengan pendapatan kurang dari Rp. 1.000.000,- sebanyak 5 orang terdiri dari 4 orang pelajar/mahasiswa dan 1 orang sebagai ibu rumah tangga yang kunjungannya dilakukan bersama keluarga sehingga dengan pendapatan sebesar itu mereka dapat memutuskan untuk berkunjung ke Agrowisata Salatiga. Tabulasi pendapatan pengunjung dapat dilihat pada tabel 16.

Tabel 16. Identitas Pengunjung berdasarkan Pendapatan

Pendapatan (Rp/bln)	Jumlah	Persentase (%)
< 1,000,000	5	16.67
1,000,001 - 3,000,000	19	63.33
3,000,001 - 5,000,000	4	13.33
> 5,000,000	2	6.67
Total	30	100

Sumber : Data Primer, 2016

**Pengembangan Agrowisata Salatiga**

Agrowisata merupakan perpaduan antara pariwisata dan pertanian dimana kondisi fasilitas/sarana yang ada di lokasi wisata tersebut sangat penting untuk diperhatikan demi memuaskan para pengunjung. Berikut ini penulis tampilkan pendapat-pendapat para responden (karyawan dan pengunjung) seputar kondisi fasilitas/sarana yang ada dalam rangka pengembangan Agrowisata Salatiga.

1. Karyawan

a. Kondisi Fasilitas secara Umum

Suatu lokasi wisata yang baik memiliki sejumlah fasilitas beserta sarana dan

prasarananya yang lengkap dan terawat demi kepuasan pengunjung dan kelayakan lokasi wisata tersebut. Sebagian besar karyawan menganggap kondisi fasilitas yang ada di Agrowisata Salatiga secara umum masih bagus dan layak. Hal ini dibuktikan dengan adanya karyawan yang berpendapat bahwa kondisi fasilitas secara umum baik sebanyak 21 orang atau sebesar 87,50%. Hanya 1 orang saja yang mengatakan tidak baik dengan alasan fasilitas kurang memadai. Tabulasi kondisi fasilitas secara umum menurut karyawan dapat dilihat pada tabel 17.

Tabel 17. Kondisi Fasilitas secara Umum menurut Karyawan

Kondisi Fasilitas	Jumlah	Persentase (%)
Baik	21	87,50
Ragu-ragu	2	8,33
Tidak	1	4,17
Total	24	100

Sumber : Data Primer, 2016

- b. Pengembangan Fasilitas secara Umum  
Karyawan yang setuju diadakannya pengembangan fasilitas secara umum sebanyak 17 orang atau sebesar 70,83%. Artinya meskipun secara umum kondisi fasilitas sudah tergolong baik, namun tetap perlu diadakan pengembangan fasilitas supaya lebih variatif dan tidak terkesan monoton. Pengembangan yang mungkin untuk dilakukan misalnya dengan

perbaikan/perataan jalan masuk, perluasan area parkir, pengadaan wahana *flying fox*, penambahan wahana bermain anak, perluasan kolam renang anak, pengadaan *Air Conditioner* (AC) dalam kamar hotel, dan pengadaan resort. Tabulasi pengembangan fasilitas secara umum menurut karyawan dapat dilihat pada tabel 18.

Tabel 18. Pengembangan Fasilitas secara Umum menurut Karyawan

Pengembangan Fasilitas	Jumlah	Persentase (%)
Setuju	17	70,83
Kurang Setuju	4	16,67
Tidak Setuju	3	12,50
Total	24	100

Sumber : Data Primer, 2016

- c. Kondisi Fasilitas Pertanian  
Peralatan yang digunakan untuk paket wisata (*fieldtrip*) menanam dan memanen sayur-sayuran dan tanaman perkebunan dalam kondisi baik, begitu juga dengan peternakan sapi perah. Hal ini dibuktikan

dengan karyawan yang berpendapat baik sebanyak 18 orang atau sebesar 75,00%. Tabulasi kondisi fasilitas pertanian menurut karyawan dapat dilihat pada tabel 19.

Tabel 19. Kondisi Fasilitas Pertanian menurut Karyawan

Kondisi Fasilitas Pertanian	Jumlah	Persentase (%)
Baik	18	75,00
Ragu-ragu	3	12,50
Tidak	3	12,50
Total	24	100

Sumber : Data Primer, 2016

- d. Pengembangan Fasilitas Pertanian  
Kondisi fasilitas/sarana khusus pertanian (hortikultura, perkebunan, dan peternakan) yang ada di Agrowisata Salatiga terbilang baik. Namun, alangkah lebih baik apabila

dilakukan pengembangan. Sebanyak 21 orang atau sebesar 87,50% karyawan setuju diadakannya pengembangan fasilitas pertanian. Hal itu bisa menambah daya tarik wisata sekaligus memberikan edukasi

kepada para pengunjung tentang dunia pertanian. Pengembangan yang dilakukan bisa berupa pembuatan rumah pohon, pembuatan galeri tanaman, penyediaan jasa konsultasi budidaya tanaman yang baik dan benar, pengembangan *coffee corner*, pengembangan teknologi hasil pangan (pembuatan sirup jahe dan selai nanas),

pengembangan teknologi tepat guna (pembuatan kompos, biogas, pupuk padat dan pupuk cair), pengadaan paket *fieldtrip* tanaman buah, *agroforestry* dan perkebunan, serta peningkatan teknis budidaya pertanian. Tabulasi pengembangan fasilitas pertanian menurut karyawan dapat dilihat pada tabel 20.

Tabel 20. Pengembangan Fasilitas Pertanian menurut Karyawan

Pengembangan Pertanian	Jumlah	Persentase (%)
Setuju	21	87,50
Kurang Setuju	3	12,50
Tidak Setuju	0	0,00
Total	24	100

Sumber : Data Primer, 2016

2. Pengunjung

a. Motivasi Kunjungan

Dengan bervariasinya kebutuhan para pengunjung, memungkinkan motivasi kunjungan bervariasi pula. Hasil menunjukkan bahwa hampir semua pengunjung mendatangi Agrowisata

Salatiga untuk rekreasi yaitu sebanyak 27 orang atau sebesar 90%, baik berenang, mengenal pertanian, maupun sekedar menikmati keindahan alam. Tabulasi motivasi kunjungan dapat dilihat pada tabel 21.

Tabel 21. Motivasi Kunjungan

Motivasi Kunjungan	Jumlah	Persentase (%)
Rekreasi	27	90,00
Pertemuan	1	3,33
Menginap	2	6,67
Total	30	100

Sumber : Data Primer, 2016

b. Fasilitas yang dinikmati Pengunjung

Sebagian besar pengunjung mendatangi Agrowisata Salatiga untuk berenang. Fasilitas *outdoor swimming pool* paling banyak dinikmati oleh para pengunjung, yaitu sebanyak 19 orang atau sebesar 63,33%. Namun demikian, beberapa pengunjung merasa belum puas dan menginginkan adanya pengembangan seperti pembangunan loket khusus untuk pembayaran tiket masuk berenang,

perluasan kolam renang anak, pengadaan prosotan untuk kolam renang anak, dan penggantian warna keramik pada kolam renang orang dewasa. Sedangkan untuk fasilitas pertanian hanya 3 orang atau 10,00%. Hal ini menunjukkan bahwa fasilitas pertanian yang ada di Agrowisata Salatiga kurang diminati oleh para pengunjung. Tabulasi fasilitas yang dinikmati pengunjung dapat dilihat pada tabel 22.

Tabel 22. Fasilitas yang dinikmati Pengunjung

Fasilitas	Jumlah	Persentase (%)
Hotel	2	6,67
Pertanian	3	10,00
<i>Outdoor Swimming Pool</i>	19	63,33
Taman	6	20,00
Total	30	100

Sumber : Data Primer, 2016

c. Kondisi Fasilitas secara Umum menurut Pengunjung

Menurut para pengunjung, kondisi fasilitas yang ada di Agrowisata Salatiga pada umumnya masih bagus, layak, dan terawat. Sebanyak 25 orang atau sebesar 83,33% mengatakan baik. Namun masih perlu adanya pengembangan berupa pembangunan papan nama lokasi wisata dengan ukuran yang lebih besar di pintu masuk, pembangunan cafe di pinggir jalan (dekat pintu masuk), perluasan area parkir, pembuatan papan deskripsi masing-masing fasilitas, penambahan gazebo di sekitar kolam renang lengkap dengan payung di atasnya, penambahan dan penataan ulang

kursi dan meja di area taman dan kolam renang, pengecatan ulang aneka wahana bermain anak, pengadaan wahana baru (*flying fox*, kuda tunggang dan kereta *tour*), pembangunan minimarket/toko cinderamata dan oleh-oleh, pembaruan ruangan (kamar dan *meeting room*), dan yang paling banyak diinginkan pengunjung untuk dilakukan pengembangan yaitu perbaikan/perataan jalan masuk. Selain itu, ada juga pengunjung yang mengharapkan antara harga menu restoran dengan kualitas rasa makanan/minuman yang dipesan supaya lebih disesuaikan. Tabulasi kondisi fasilitas secara umum menurut pengunjung dapat dilihat pada tabel 23.

Tabel 23. Kondisi Fasilitas secara Umum menurut Pengunjung

Kondisi Fasilitas	Jumlah	Persentase (%)
Baik	25	83,33
Ragu-ragu	0	0,00
Tidak	5	16,67
Total	30	100

Sumber : Data Primer, 2016

d. Kondisi Fasilitas Pertanian menurut Pengunjung

Sebanyak 14 orang atau sebesar 46,67% pengunjung berpendapat bahwa kondisi fasilitas pertanian baik. Dalam jumlah dan persentase yang sama pengunjung mengatakan tidak baik, mereka beralasan bahwa kondisi fasilitas pertanian yang ada di Agrowisata Salatiga masih sangat sedikit dan untuk pertaniannya sendiri juga kurang ditampilkan (belum terlihat). Untuk itu perlu adanya pengembangan konsep agrowisata yang menarik, yang dilengkapi fasilitas pembudidayaan (*on farm - off*

*farm*) tanaman lengkap beserta peralatan dan bahan-bahan yang dibutuhkan supaya aspek pertaniannya lebih terlihat. Misalnya atraksi pembibitan tanaman kopi dan wisata panen buah secara baik dan benar. Seperti yang telah dikemukakan oleh Utama (2012) bahwa dari segi substansinya kegiatan agrowisata lebih menitikberatkan pada upaya menampilkan kegiatan pertanian dan suasana pedesaan sebagai daya tarik utama wisatanya tanpa mengabaikan segi kenyamanan. Tabulasi kondisi fasilitas pertanian menurut pengunjung dapat dilihat pada tabel 24.

Tabel 24. Kondisi Fasilitas Pertanian menurut Pengunjung

Fasilitas Pertanian	Jumlah	Persentase (%)
Baik	14	46,67
Ragu-ragu	2	6,67
Tidak	14	46,67
Total	30	100

Sumber : Data Primer, 2016

e. Minat Pengunjung terhadap Pertanian

Banyaknya pengunjung yang memiliki minat terhadap pertanian tentu menjadi target pelanggan bagi perusahaan agrowisata karena dapat menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh. Di samping itu, hal ini juga bisa menjadi tolok ukur seberapa banyak orang yang peduli dan memiliki ketertarikan

terhadap pertanian. Pengunjung yang minat terhadap pertanian sebanyak 15 orang atau sebesar 50,00%. Hal ini membuktikan bahwa minat pengunjung terhadap pertanian masih tergolong tinggi sehingga peluang untuk mengembangkan agrowisata masih sangat mungkin untuk dilakukan. Tabulasi minat pengunjung terhadap pertanian dapat dilihat pada tabel 25.

Tabel 25. Minat Pengunjung terhadap Pertanian

Minat Pertanian	Jumlah	Persentase (%)
Ya	15	50,00
Ragu-ragu	3	10,00
Tidak	12	40,00
Total	30	100

Sumber : Data Primer, 2016

f. Pengembangan Pertanian menurut Pengunjung

Hampir semua pengunjung setuju diadakannya pengembangan pertanian. Sebanyak 28 orang atau 93,33% pengunjung menyatakan setuju. Pengembangan yang mungkin untuk dilakukan misalnya penanaman komoditas buah-buahan (stroberi dan apel), pengadaan wisata petik buah, penanaman aneka jenis bunga, pembuatan papan nama untuk setiap tanaman, pengadaan paket

*fieldtrip* perkebunan kopi, peningkatan teknis budidaya tanaman, peningkatan promosi wisata edukasi pertanian, pemasaran *brand* khusus untuk produk kopi bubuk, dan pemasaran susu sapi bubuk. Apabila dilakukan pengembangan, hal itu akan bisa menambah daya tarik wisata yang tentu juga akan menambah pendapatan perusahaan. Tabulasi pengembangan pertanian menurut pengunjung dapat dilihat pada tabel 26.

Tabel 26. Pengembangan Pertanian menurut Pengunjung

Pengembangan Pertanian	Jumlah	Persentase (%)
Setuju	28	93.33
Kurang Setuju	0	0.00
Tidak Setuju	2	6.67
Total	30	100

Sumber : Data Primer, 2016

### **Masalah dan Solusi Alternatif dalam Pengembangan Agrowisata Salatiga**

Sebaik-baiknya sebuah perusahaan pasti memiliki kekurangan, dan perusahaan yang selalu ingin untuk belajar akan dapat mengolah kekurangan tersebut menjadi kelebihan dengan cara terus melakukan perbaikan dan pengembangan. Demikian juga yang dialami oleh Agrowisata Salatiga. Dibalik semua fasilitas yang disediakan, masih terdapat banyak hal yang perlu ditambah dan dikembangkan. Pengembangan yang dimaksud adalah pengembangan yang sesuai dengan permintaan pengunjung. Dengan begitu, pengunjung akan merasa puas, nyaman, dan memiliki keinginan untuk kembali datang ke Agrowisata Salatiga.

Namun dalam pelaksanaannya, ada beberapa hal yang menjadi kendala atau permasalahan. Berikut permasalahan-permasalahan yang dihadapi beserta alternatif penyelesaian (solusi) dalam pengembangan Agrowisata Salatiga:

a. Ketidakleluasaan Perusahaan karena Berada dibawah Naungan PT. Rumeksa Mekaring Sabda  
Agrowisata Salatiga merupakan salah satu cabang usaha yang dimiliki oleh PT. Rumeksa Mekaring Sabda. Hal ini yang membuat Agrowisata Salatiga tidak dapat membuat keputusan secara sepihak. Selain itu, peralihan konsep perusahaan dari *service oriented* ke *business oriented* menjadikan pertanian seperti dikesampingkan. Solusi alternatif yang dilakukan yaitu dengan mengajukan rencana pengembangan ke pihak PT. Rumeksa Mekaring Sabda. Pihak Agrowisata Salatiga dalam melakukan pengembangan mengikuti prosedur yang berlaku sesuai aturan yang telah ditetapkan. Rencana sudah diajukan, namun keputusan tergantung dari para atasan. Saat ini pihak Agrowisata Salatiga sedang menunggu suntikan dana dari PT. Rumeksa Mekaring Sabda guna pengembangan sektor pertanian.

b. Keterbatasan Tenaga Ahli  
Gagasan pengadaan paket *fieldtrip* untuk perkebunan (atraksi pembibitan kopi) merupakan masukan yang sangat baik. Kegiatan serupa sudah pernah dilakukan oleh Agrowisata Salatiga dan pelaksanaannya diadakan hanya sesuai dengan permintaan pengunjung. Akan tetapi apabila kegiatan itu dilanjutkan, pihak perusahaan merasa kesulitan karena untuk operasionalnya membutuhkan tenaga kerja yang handal dengan upah kerja yang sesuai. Solusi alternatif yang bisa dilakukan yaitu dengan mengadakan pelatihan khusus untuk para karyawan tentang dasar-dasar budidaya tanaman perkebunan yang tidak harus secara rinci tetapi para pengunjung bisa mengetahui cara budidaya yang baik dan benar sambil diiringi dengan kegiatan *tour* sehingga dapat meningkatkan daya tarik pengunjung.

### **KESIMPULAN**

1. Potensi yang dapat dikembangkan di Agrowisata Salatiga antara lain :
  - a. Fasilitas pertanian, antara lain pembuatan rumah pohon, pembuatan galeri tanaman, penyediaan jasa konsultasi budidaya tanaman yang baik dan benar, pengembangan *coffee corner*, pengembangan teknologi hasil pangan (pembuatan sirup jahe dan selai nanas), pengembangan teknologi tepat guna (pembuatan kompos, biogas, pupuk padat dan pupuk cair), pengadaan paket *fieldtrip* tanaman buah, *agroforestry* dan perkebunan, peningkatan teknis budidaya pertanian, dan penambahan koleksi tanaman buah dan tanaman bunga.
  - b. Fasilitas umum, antara lain perbaikan/perataan jalan masuk, perluasan area parkir, pengadaan wahana *flying fox*, penambahan wahana bermain anak, perluasan kolam renang anak, pengadaan *Air Conditioner* (AC) dalam kamar hotel, dan pengadaan resort.

2. Upaya-upaya yang harus dilakukan oleh pihak pengelola Agrowisata Salatiga guna pengembangan yaitu :
  - a. Mengadakan rapat masing-masing departemen
  - b. Membuat rencana pengembangan Agrowisata Salatiga dan rencana pelatihan khusus untuk para karyawan tentang dasar-dasar budidaya tanaman perkebunan
  - c. Mengajukan rencana pengembangan (proposal) kepada PT. Rumeksa Mekaring Sabda
  - d. Mendapatkan *feed back* (umpan balik) dari PT. Rumeksa Mekaring Sabda
  - e. Melakukan kegiatan pengembangan sesuai yang telah direncanakan

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Anonim. 2015. *About Agrowisata Salatiga*. <http://www.agrowisatasalatiga.com>. Diakses pada 4 Maret 2016 pukul 10:02 WIB.
- Bangun, N. 2008. *Srategi Pengembangan Agrowisata Sebagai Pariwisata Alternatif*. <http://repository.usu.ac.id>. Diakses pada 23 Desember 2016 pukul 08:50 WIB.
- Bappenas. 2014. *Data Strategis Kabupaten Semarang*. <http://perpustakaan.bappenas.go.id>. Diakses pada 31 Januari 2017 pukul 14:42 WIB.
- Brahmantlyo, dkk. 2001. *Potensi dan Peluang Usaha dalam Pengembangan Pariwisata Gunung Salak Endah*. Jurnal Ilmiah, Vol 5. No. 3 Maret 2001. LP3M STP Tri Sakti. Jakarta.
- Budiarti, T. 2014. *Pengembangan Agrowisata Berbasis Masyarakat*. <http://download.portalgaruda.org>. Diakses pada 23 Desember 2016 pukul 09:01 WIB.
- Deptan. 2005. *Agrowisata Meningkatkan Pendapatan Petani*. <http://database.deptan.go.id>. Diakses pada 8 Maret 2016 pukul 16:38 WIB.
- Ferry. 2012. *Prospek Agrowisata Kampoeng Kopi Banaran di Kabupaten Semarang*. Skripsi S1. Institut Pertanian Stiper (INSTIPER). Yogyakarta.
- Kurniawan, A. 2015. *Pengembangan Agrowisata Kopi Di Kecamatan Cangkringan, Kabupaten Sleman*. Skripsi S1. Institut Pertanian Stiper (INSTIPER). Yogyakarta.
- Kusumosuwidho, S. 1990. *Pengantar Teori Ekonomi Mikro*. PT Rineka Cipta. Jakarta.
- Lestari, B. 2016. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Agrowisata (Studi Kasus Di Wisata Agro Tambi PT Perkebunan Tambi Wonosobo)*. Skripsi S1. Institut Pertanian Stiper (INSTIPER). Yogyakarta.
- Nababan, L. 2014. *Strategi Pengembangan dan Pemasaran Agrowisata Lembah Hijau Multifarm II di Kabupaten Sukoharjo*. <http://perpustakaan.uns.ac.id>. Diakses pada 29 Januari 2016 pukul 09:52 WIB.
- Pamulardi, B. 2006. *Pengembangan Agrowisata Berwawasan Lingkungan (Studi Kasus Desa Wisata Tingkir Salatiga)*. Tesis. <http://eprints.undip.ac.id>. Diakses pada 23 Desember 2016 pukul 08:55 WIB.
- Prasetyo, B. 2015. *Dampak Pengembangan Agrowisata Perkebunan Teh PT. Rumpun Sari Kemuning (RSK) terhadap Tingkat Kesejahteraan Masyarakat Sekitarnya*. Skripsi S1. Institut Pertanian Stiper (INSTIPER). Yogyakarta.
- Soeratno dan Arsyad, L. 1998. *Metodologi Penelitian untuk Ekonomi dan Bisnis*. UPP AMP YKPN. Yogyakarta.
- Supadi, dkk. 2014. *Jurnal Penelitian: Kajian mengenai Potensi dan Prospek Pengembangan Agrowisata di Kecamatan Karangreja Kabupaten Purbalingga*. <http://perpustakaan.uns.ac.id>. Diakses pada 29 Januari 2016 pukul 10:10 WIB.
- Shinta, A. 2011. *Manajemen Pemasaran*. UB Press. Malang
- Suwantoro, G. 2004. *Dasar-Dasar Pariwisata*. Penerbit Andi. Yogyakarta
- Sutawi. 2002. *Manajemen Agribisnis*. Bayu Media dan UMM Press. Malang

Utama, I.G.N.R. 2011. *Agrowisata sebagai Pariwisata Alternatif*. <http://amikom.ac.id>. Diakses pada 29 Januari 2016 pukul 10:45 WIB.

Windia W, dkk. 2011. *Model Pengembangan Agrowisata di Bali*. <http://marno.lecture.ub.ac.id> Diakses pada 23 Desember 2016 pukul 08:48 WIB.