

BAB II

GAMBARAN UMUM PT. PUSAT REKREASI PROMOSI PEMBANGUNAN (PRPP) JAWA TENGAH

Sub bab ini akan menjelaskan mengenai gambaran umum perusahaan perusahaan PT. PRPP Jawa Tengah. Gambaran umum perusahaan digunakan untuk mengetahui berbagai macam hal-hal yang berhubungan dengan perusahaan, diantaranya adalah sejarah perusahaan, visi dan misi perusahaan, logo perusahaan, struktur perusahaan dan layanan yang ditawarkan perusahaan.

2.1 Sejarah Perusahaan

Pusat Rekeasi dan Promosi Pembangunan (PRPP) Jawa Tengah, semula berawal dari Pekan Raya Semarang (PRS) yang diselenggarakan oleh Pemerintah Kotamadya Daerah Tingkat II Semarang pada tahun 1970. Kegiatan ini bertujuan untuk memperingati Hari Ulang Tahun Kemerdekaan Republik Indonesia. Pekan Raya Semarang pada awalnya diselenggarakan dengan menyajikan hiburan kepada masyarakat sekaligus sebagai ajang memamerkan produk-produk pembangunan daerah maupun kalangan swasta. Kegiatan tersebut dipusatkan di Taman Hiburan Rakyat (THR) Tegal Wareng Semarang (saat ini berubah menjadi Taman Budaya Raden Saleh/TBRS). Pameran dilaksanakan oleh Panitia yang dibentuk Walikota Kepala Daerah Tingkat II Semarang dengan mengikutsertakan Kamar Dagang dan Industri Daerah Kotamadya Semarang. Dalam perjalanan waktu, karena Pekan Raya Semarang pengunjungnya tidak saja berasal dari kota Semarang, tetapi meluas sampai wilayah di luar semarang, kesempatan ini kemudian dimanfaatkan oleh kalangan pengusaha, baik besar maupun kecil,

terutama para pengrajin untuk memperkenalkan dan memasarkan hasil produknya. Selanjutnya nama Pekan Raya Semarang mulai awal tahun 1980-an diubah menjadi Pekan Raya dan Promosi Pembangunan (PRPP) Jawa Tengah. Penyelenggaraan event PRPP, dilaksanakan oleh Panitia yang dibentuk Gubernur Jawa Tengah, beranggotakan unsur Pemerintah Propinsi Jawa Tengah, pemerintah Kotamadya Semarang dan Kamar Dagang dan Industri Jawa Tengah. Event PRPP ini diadakan masih dalam rangka memperingati Hari Kemerdekaan Republik Indonesia. Waktu pelaksanaan pameran kurang lebih 45 (empat puluh lima) hari.

Sejak tahun 1985 karena penyelenggaraan Pekan Raya dan Promosi Pembangunan Jawa Tengah dipandang mempunyai potensi sebagai sarana promosi pembangunan Jawa Tengah dan promosi di bidang usaha perdagangan, perindustrian/kerajinan rakyat serta usaha di bidang kepariwisataan maka dibentuk Yayasan Pekan Raya dan Promosi Pembangunan Jawa Tengah sebagai pelaksanaan kegiatan. Pembentukan Yayasan berdasarkan Keputusan Gubernur Jawa Tengah tanggal 1 Januari 1985 Nomor: 510.1/02439. Keputusan tersebut disempurnakan kembali dengan diterbitkan Keputusan tanggal 30 November 1989 Nomor : 510.1/314/1989. Dengan terbentuknya Yayasan PRPP, maka kegiatan pameran dipindahkan dari TBRS ke kawasan Tawang Mas Semarang, pada tahun 1986. Pameran yang diselenggarakan masih menggunakan nama Pekan Raya dan Promosi Pembangunan (PRPP) Jawa Tengah. Sesuai dengan Perda Nomor 9 tahun 1993 diputuskan bahwa pengelola PRPP tidak dapat menggunakan badan hukum Yayasan, tetapi harus berbentuk Perseroan Terbatas. Pada tanggal 7 Maret 1995

dibuat Akta Notaris Perseroan Terbatas PT. Pusat Rekreasi dan Promosi Pembangunan Jawa Tengah disingkat PT. PRPP Jawa Tengah.

2.2 Visi dan Misi PT. PRPP Jawa Tengah

1.2 Visi PT. PRPP Jawa Tengah

- Menjadi perusahaan yang terkemuka, sebagai pusat wisata, dan promosi, berskala internasional

2.2 Misi PT. PRPP Jawa Tengah

- Menyelenggarakan promosi produk, promosi budaya, pameran dagang, rekreasi dan wisata budaya, serta pengelolaan property, berskala internasional,
- Meningkatkan kepuasan *stake-holder*,
- Mencapai target jangka pendek dan jangka panjang yang ditetapkan,
- Meningkatkan profesionalisme SDM.

2.3 Logo PT. PRPP Jawa Tengah

Logogram yang digunakan dalam identitas PT.PRPP Jawa Tengah adalah wayang gunung berwarna coklat keemasan dengan lingkaran biru tua sebagai background tulisan PRPP dengan *font* tebal, sedangkan untuk logo Grand Maerakaca menggunakan tulisan latin dengan lekukan berbentuk gunung wayang diakhir kata “Grand” dengan warna emas dan kata “Maerakaca” dengan warna merah.

Gambar 2. 1
Logo PT. PRPP Jawa Tengah



Gambar 2. 2
Logo Grand Maerakaca



Sumber : www.prppjawatengah.com

2.4 Lokasi dan Luas Wilayah PT.PRPP Jawa Tengah

1. Lokasi PT. PRPP Jawa Tengah

Alamat : Jl. Anjasmoro –Tawang Mas Semarang 50114

Nomor Telepon : 024 7620739 – 7617433 Fax7617433

Email : manajemen@prppjateng.com

Website : <http://prppjateng.com>

2. Luas PT. PRPP Jawa Tengah

Wilayah PRPP (+18 Ha)

- 4 units Bale Agung, seluas @ 2500 m².
- 6 units Sasana, seluas @ 1200 m².
- 4 units Gasebo, seluas @ 200 m².
- 2 plasa, seluas @ 2000 m².
- 1 plasa utama [Taman Sari], seluas 15.000 m²
- 2 area outdoor untuk kegiatan pentas musik dll. Luas (+ 2 ha).
- Tempat parkir, seluas 30.000 m².
- Gedung direksi dan kantor marketing.
- Gerbang Legowo, seluas 600 m².

Wilayah Taman Mini Jawa Tengah Puri Maerakaca (+22 Ha)

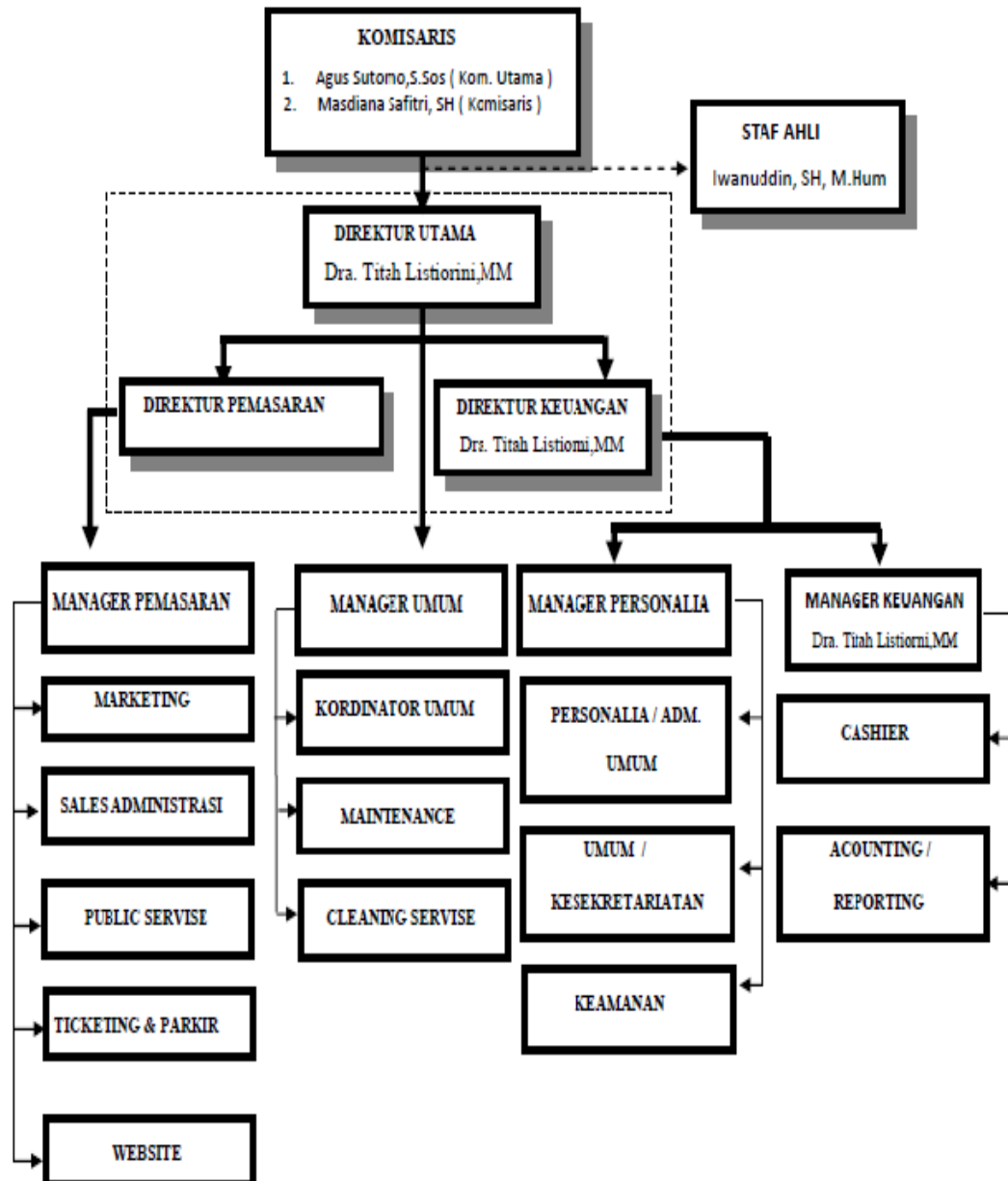
- 35 Rumah Anjungan dari 35 Kabupaten / Kota Se Jawa Tengah.
- Plataran untuk kegiatan outdoor.
- Tambak @ 2 ha sebagai miniatur Laut Jawa (di sebelah Utara).
- Miniatur Samudra Indonesia (di sebelah Selatan).
- Dermaga Kayu untuk mainan air.
- Wilayah Sirkuit Tawang Mas (+2 Ha)

2.5 Struktur Organisasi PT.PRPP Jawa Tengah

Struktur organisasi yang digunakan oleh PT. PRPP Jawa Tengah adalah Struktur Organisasi Fungsional, yaitu pembagian tugas yang dibagi kedalam

kelompok fungsional yang terpisah. Berikut ini akan digambarkan struktur organisasi PT. PRPP Jawa Tengah.

Gambar 2. 3
Struktu Organisasi PT. PRPP Jawa Tengah



Sumber : PT.PRPP Jawa Tengah, tahun 2019

2.6 Deskripsi Pekerjaan

Sebagaimana umumnya sebuah perusahaan, PT. Pusat Rekreasi dan Promosi Pembangunan (PRPP) Jawa Tengah memiliki departmen atau bagian dengan tugas dan wewenang masing – masing, yaitu:

Bagian Marketing, tugas dan wewenangnya:

- a. Sewa Gedung dan Lahan
 - Menyewakan gedung- gedung yang ada di PRPP
 - Menyewakan lahan terbuka yang ada di PRPP ke pihak- pihak yang membutuhkan baik melalui event, organizer atau langsung ke pihak yang bersangkutan.

Cara memasarkannya:

- Via telepon
 - Surat menyurat
 - Sales call
 - Presentasi
- b. Sewa Anjungan Maerakaca
 - c. Melaksanakan Event Tahunan Jateng Fair
 - d. Event Tahunan Lebaran
 - e. Event Tahunan Tahun Baru
 - f. Event-event yang bersifat temporal dan insidental bekerja sama dengan sponsor

Bagian Administrasi Marketing

- a. Mengumpulkan data-data customer

- b. Surat menyurat
 - Surat Penawaran
 - Surat Perjanjian Kontrak

Bagian Personalia

- a. Memenuhi pengisian lowongan pekerjaan melalui seleksi terhadap calon pegawai.
- b. Merencanakan kenaikan upah, mutasi pegawai berdasarkan prestasi yang dicapai.
- c. Mengawasi pelaksanaan kebijakan umum kepegawaian, baik dari segi administrasi maupun segi penyerahannya di tiap bagian.
- d. Bersama-sama Direktur/Wakil Direktur menyusun kebijaksanaan umum kepegawaian
- e. Mengadakan hubungan dengan lembaga-lembaga pemerintah maupun non pemerintah yang ada hubungannya dengan kepegawaian.
- f. Mengatur masalah-masalah yang berkaitan dengan kesejahteraan sosial dan umah tangga perusahaan.
- g. Memberikan pembinaan dan saran kepada bawahannya dalam pelaksanaan ketentuan-ketentuan bidang personalia.
- h. Membuat laporan pertanggung jawaban secara pribadi dan sewaktu – waktu diperlukan.

Bagian Keuangan

- a. Menyusun, menyiapkan dan menafsirkan laporan, anggaran dan laporan keuangan.

- b. Menafsirkan arus kas dan memrediksi tren masa depan
- c. Melakukan analisis strategis
- d. Mengelola anggaran
- e. Mengatur sumber–sumber baru pembiayaan untuk fasilitas utang perusahaan.
- f. Mengikuti perkembangan serta perubahan peraturan keuangan dan undang–undang yang terkait dengan bisnis perusahaan.

Sumber pendapatan diperoleh dari:

- Penyewaan gedung.
- Penyewaan lahan.
- Tiket masuk Puri Maerokoco.
- Penyewaan lahan untuk tambak.
- Kegiatan Tahunan Jateng Fair.
- Kegiatan Insidental.

Pengeluaran Keuangan digunakan untuk:

- Pembagian gaji honor karyawan.
- Membayar listrik dan telepon
- Biaya peemeliharaan (kendaraan, gedung, sarana, dan prasarana)
- Biaya bahan bakar (solar pompa air).
- Biaya ATK (Alat Tulis Kantor dan Kesekretariatan)

Bagian Umum

- a. Mengawasi pelaksanaan kelancaran bagian umum perusahaan, khususnya yang berkaitan dengan bagian-bagian yang meliputi teknik, gudang dan kebersihan.
- b. Bersama-sama manajer personalia dan umum menyusun kebijaksanaan yang meliputi bagian umum perusahaan.
- c. Menyusun anggaran untuk satu proyek perbaikan dan atau pengadaan sarana kerja.
- d. Mengatur dan mengawasi masalah – masalah yang berkaitan dengan kelengkapan / kebutuhan prasarana serta operasional perusahaan.
- e. Mewakili pimpinan untuk mengadakan hubungan kerja sama dengan instansi pemerintah maupun instansi lain apabila dibutuhkan.

2.7 Layanan Wahana yang Ditawarkan

Sampai saat ini aplikasi PT. PRPP Jawa Tengah telah menyediakan 5 jenis layanan wahana, yaitu:

1. Grand Maerakaca
 - Taman Mini Jawa Tengah
 - Wisata Perahu
 - Wisata Kereta Mini
 - Trekking Mangrove
 - Cafe Jembatan Harapan dan Wall of Hope
 - Spectamata foto 3D

- Jateng Science Center
 - Outbond Kid
 - Wisata Aktifitas
 - Wahana Kreatifitas
 - Wahana Kompetisi / Lomba
 - M2M : Malem Minggon @Maerakaca
2. Indoor Area
- Penyewaan Balai Merapi
 - Penyewaan Balai Merbabu
 - Penyewaan Balai Sindoro
3. Sirkuit
- Area outdoor berupa sirkuit balap/ *Drag race*
4. Outdoor Area
- Penyewaan Area Parkir Timur
 - Penyewaan Area Parkir Utara

2.8 Identitas Responden

Identitas responden merupakan data utama atau data primer dalam penelitian ini. Identitas responden juga digunakan untuk melengkapi gambaran umum karakteristik responden secara kualitatif. Responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah wisatawan yang datang berkunjung di wisata Grand Maerakaca Semarang. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 100 responden. Data primer diperoleh peneliti dengan menggunakan kuesioner yang dibagikan secara langsung kepada responden sebagai syarat untuk menjadi sampel

dalam penelitian ini. Penentuan responden untuk menjadi sampel dalam penelitian ini dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, tingkat pendidikan terakhir yang berhasil diselesaikan, jenis pekerjaan, jumlah kunjungan ke Grand Maerakaca Semarang.

2.8.1 Jenis Kelamin Responden

Jenis kelamin responden dibedakan menjadi dua, yaitu laki-laki dan perempuan. Data dari jenis kelamin responden dapat dilihat pada Tabel 2.1, sebagai berikut:

Tabel 2. 1
Jenis Kelamin Responden

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1.	Laki-laki	46	46%
2.	Perempuan	54	54%
	Jumlah	100	100,0

Sumber : Data Primer yang diolah, 2019

Pada Tabel 2.1 diketahui bahwa perbandingan antara responden berjenis kelamin perempuan dan laki laki adalah hampir seimbang yaitu sebesar 46% dan responden perempuan sebesar 54%. Dari data tersebut, diketahui wisatawan Grand Maerakaca Semarang mempunyai komposisi yang hampir seimbang meskipun wisatawan perempuan sedikit lebih banyak, karena pada dasarnya laki laki maupun perempuan mempunyai kebutuhan akan hiburan yang sama.

2.8.2 Usia Responden

Usia merupakan suatu hal yang berpengaruh dalam tingkat kematangan seseorang dan mencerminkan masa produktif responden dalam bekerja dan usia

responden akan mempengaruhi jawaban di dalam sebuah penelitian. Tabel 2.2 adalah data responden berdasarkan golongan usia:

Tabel 2. 2
Usia Responden

No.	Usia (Tahun)	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1.	17 – 20	47	47
2.	21 – 24	41	41
3.	25 – 29	8	8
4.	≥ 30	4	4
	Jumlah	100	100

Sumber : Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan data di atas, dapat dilihat bahwa responden terbanyak berusia 17 – 20 tahun sebesar 47%. Kemudian diikuti dengan responden usia 21 – 24 tahun sebesar 41%, dan responden usia 25 – 28 tahun sebesar 8%. Presentase terkecil pada usia ≥ 29 tahun sebesar 4%. Dapat diketahui, mayoritas konsumen Grand Maerakaca berada pada usia 17 – 20 tahun, dimana usia tersebut membutuhkan tempat sebagai media hiburan.

2.8.3 Pendidikan Terakhir Responden

Pendidikan terakhir adalah tingkatan pendidikan yang telah diselesaikan oleh seseorang. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa pendidikan terakhir responden terendah adalah SMA dan tertinggi adalah Pasca Sarjana. Adapun jumlah responden berdasarkan pendidikannya dapat dilihat pada Tabel 2.3 sebagai berikut:

Tabel 2. 3
Pendidikan Terakhir Responden

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Tamat SD/ Sederajat	0	0
2	Tamat SMP/ Sederajat	5	5
3	Tamat SMA/ Sederajat	71	71
4	Tamat Diploma	4	4
5	Sarjana (S1)	16	16
6	Pasca Sarjana (S2/S3)	4	4
Jumlah		100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 2.3 dapat diketahui bahwa sebagian besar pendidikan terakhir responden yang melakukan kunjungan pada wisata Grand Maerakaca adalah tamat SMA/ Sederajat sebesar (71%).

2.8.4 Pekerjaan Responden

Berdasarkan data yang diperoleh melalui kuesioner, maka dapat dilihat pada Tabel dibawah ini mengenai jenis pekerjaan responden yang melakukan kunjungan di Grand Maerakaca, Semarang, yaitu:

Tabel 2. 4
Pekerjaan Responden

No.	Jenis Pekerjaan	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1.	PNS	5	5
2.	Wiraswasta	18	18
3.	Pelajar/Mahasiswa	62	62
4.	Lainnya	15	15
Jumlah		100	100

Sumber : Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan data di atas, diketahui bahwa mayoritas responden adalah pelajar/mahasiswa dengan persentase sebesar 62% responden. Selanjutnya responden berlatar belakang pekerjaan sebagai wiraswasta sebesar 18% dan responden dengan pekerjaan di bidang Lain-lain sebesar 15%, jenis pekerjaan yang

termasuk kategori lainnya adalah buruh, guru les peivate, karyawan kontrak dan karyawan swasta. Sedangkan jumlah paling sedikit dimiliki oleh kategori pekerjaan PNS sebesar 5% responden. Sebagian besar jenis pekerjaan yang dimiliki responden pada saat penelitian ini sedang berlangsung adalah sebagai Pelajar/Mahasiswa.

2.8.5 Pendapatan perbulan responden

Berdasarkan data yang diperoleh melalui kuesioner, maka dapat dilihat pada Tabel dibawah ini mengenai rentang pendapatan responden yang melakukan kunjungan di Grand Maerakaca, Semarang yaitu:

Tabel 2. 5
Responden Berdasarkan Uang Saku Per Bulan

No	Jumlah Uang Saku	Jumlah	Persentase (%)
	\leq Rp 1.000.000	61	65
1	$>$ Rp. 1.000.000 \leq Rp 2.500.000	6	4
2	$>$ Rp. 2.500.000 \leq Rp 5.000.000	15	13
3	$>$ Rp. 5.000.000	18	18
Jumlah		100	100

Sumber : Data primer yang diolah , 2019

Dari Tabel 2.5 diatas dapat diketahui bahwa jumlah uang saku berkisar dari \leq Rp 1.000.000 merupakan responden terbanyak dengan persentase 61%, diikutin responden dengan uang saku berkisar dari $>$ Rp. 5.000.000 yang berada di urutan kedua dengan 18%, dan yang paling sedikit adalah 6% untuk responden dengan uang saku $>$ Rp. 1.000.000 \leq Rp 3.000.000.