

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar

Berawal dari kerugian besar beternak ayam petelur milik Bapak Kholid Mustofa akibat terjangkit virus Flu Burung pada tahun 2004. Kemudian Bapak Kholid Mustofa mulai menekuni budidaya kakao di kebun keluarga yang telah ditanami kakao sejak tahun 2000. Pada waktu itu harga kakao Rp. 9.000/kg, menjadi motivasi untuk mendalami budidaya kakao dengan magang di PTPN X11 Blitar dan dilanjutkan di Puslit Kota Jember.

Setelah mengikuti magang di PTPN XII Blitar dan Puslit Kota Jember, akhirnya beliau menekuni budidaya kakao dengan mengajak beberapa rekan yang kemudian membentuk Gapoktan Guyub Santoso yang berdiri pada 1 Januari 2005. Hal ini dibuktikan dengan pembuatan bibit kakao sebanyak 75.000 bibit untuk disalurkan kepada petani lainnya baik di Blitar maupun daerah lainnya.

Program gerakan kakao semakin berkembang di tahun 2007, tidak hanya dibidang budidaya dengan azas keterbukaan harga kepada petani, perdagangan biji kakao semakin meningkat. Kepercayaan untuk memasok biji kakao ke pabrikan coklat semakin berkembang. Hingga saat ini tidak kurang dari 15 ton/hari biji kakao kering dikirim dari tempat ini kedalam maupun luar negeri.

Tahun 2013 berangkat dari keyakinan masa depan kakao Indonesia serta keinginan yang kuat untuk memberikan edukasi kepada masyarakat, dimulailah produksi coklat. Coklat dengan kemurnian kakao dan cita rasa khas Indonesia.

Pada tahun 2014 Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar berdiri dengan spirit membangun perekonomian Indonesia. Mengekspresikan rasa syukur dengan berbagi ilmu dan kemanfaatan demi cita-cita dari Kampung Coklat.

2. Lokasi Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar

Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar terletak di Jl. Bantengblorok 18, Desa Plosorejo, Kademangan, Blitar. Dari arah Kota Blitar ke selatan, setelah melewati jembatan kademangan akan ada pertigaan dengan petunjuk menuju ke lokasi. Hanya sekitar 3,5 kilometer pengunjung akan sampai di lokasi.

Visi dan misi wisata edukasi kampung coklat yaitu:

a. Visi

- 1) Membangun masyarakat Indonesia yang cerdas, mandiri, berdaya, dan sejahtera.
- 2) Tumbuhnya perekonomian masyarakat Indonesia yang berkeadilan.

b. Misi

- 1) Mengedukasi masyarakat Indonesia akan pentingnya komoditas kakao Indonesia.

- 2) Mendorong pertumbuhan produksi kakao dan coklat olahan Indonesia.
- 3) Menumbuhkan generasi penerus yang peka terhadap kearifan lokal dan pemanfaatannya untuk kesejahteraan masyarakat.
- 4) Menjadikan Indonesia sebagai tuan rumah bagi coklat terlezat di dunia.

3. Struktur Organisasi Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar

Tabel 1.3

Struktur Organisasi Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar

No.	Nama	Jabatan
1.	Samiyem	Komisaris Pendidikan Terakhir SMA
2.	Kholid Mustofa	Direktur Utama Pendidikan Terakhir SMA
3.	Mustakim	Direktur SDM Pendidikan Terakhir SMA
4.	Kamsun	Direktur Pengembangan Pendidikan Terakhir SMA
5.	Imam Bahrowi	Direktur Produksi Pendidikan Terakhir S1
6.	Akhsin Al Fata	Direktur Operasional Pendidikan Terakhir SMA
7.	Edi Purwanto	Manager Front Office Pendidikan Terakhir SMA
8.	Tri Sulistiowati	Manager Keuangan Pendidikan Terakhir SMA
9.	Dessy Purwati	Manager Edukasi

		Pendidikan Terakhir SMA
10.	Sherif	Manager Legal Pendidikan Terakhir SMA
11.	Rizky Ariska	Manager Distribusi Pendidikan Terakhir SMA
12.	Nurul	Staff Marketing Pendidikan Terakhir SMA
13.	Eva Nuraini	Office Pendidikan Terakhir SMA ¹

4. Produk Ekonomi Kreatif

Berikut data pemilik usaha dan berbagai macam produk yang dihasilkan untuk ditaruh di galery Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar:²

Tabel 1.4

Produk Ekonomi Kreatif

No	Mitra	Produk
1	Bapak Natan	a. Brownis kukus b. Topping c. Gulung d. Lidah kucing
2	Bapak Imron	a. Kukus b. Oven c. Brownis kering
3	Ibu Diah	a. Kukus

¹ Data diperoleh dari Manager Front Office Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar pada hari Senin tanggal 28 Januari 2019

² Hasil wawancara dengan Saudari Eva selaku Office Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar pada hari Senin tanggal 28 Januari 2019

		<ul style="list-style-type: none"> b. Oven c. Brownis kering biasa d. Brownis kering karakter
5	Ibu Tin	a. Roka
6	Ibu Kharis	<ul style="list-style-type: none"> a. Putri salju b. Roka coklat c. Roti garut
7	Marwiah	<ul style="list-style-type: none"> a. Stik b. Sagon
8	Ibu Binti	Usus papaya
9	Susi	<ul style="list-style-type: none"> a. Wingko coklat b. Geti
10	Ayu	Ocor
11	Farida SDJ	Brownis tabung
12	Chalim	Gambir coklat
13	Ina	<ul style="list-style-type: none"> a. Untuk yuyu b. Almond cheese
14	Wiwik	<ul style="list-style-type: none"> a. Mini tart b. Pastel
15	Yoyok	Kacang coklat
16	Yusuf	<ul style="list-style-type: none"> a. Dodol b. Madumongso c. Wajik
17	Jen	<ul style="list-style-type: none"> a. Dodol tape b. Jenang
18	Gunawan	Garut coklat
19	Mbak Yanti	Matari
20	Roziqin	Opak gambir
21	Ibu Hayya	Keripik pisang
22	Wiwik	a. Keripik coklat

		b. Keripik caramel
23	Neti	a. Sovenir perahu b. Gantungan kunci c. Lampu tutup d. Sovenir ikan e. Sovenir kakao
24	Indi	a. Gantungan kunci kayu b. Sandal
25	Ima/Eko	a. PIN b. Mug Kampung Coklat c. Gantungan boneka d. Gantungan kunci kaca
26	Koendang	a. Gantungan kunci karet b. Gantungan tas
27	Kukuh	a. Gelas panjang b. Cangkir
28	Sulis	a. Jam b. Asbak
29	Ana	Handuk kakao
30	Agung	a. Pakaian dewasa, anak b. Topi border c. Topi Kampung Coklat
31	Bapak Kamsun	a. Tas batok b. Kotak tisu c. Tas kotak d. Tas cewek e. Dompot pastel f. Tas mini g. Tas ransel h. Tas Kampung Coklat

		<ul style="list-style-type: none"> i. Celengan j. Stiker k. Gantungan kunci batok l. Topi m. Gantungan kunci akrilik n. Gantungan boneka o. Gantungan karakter p. Sandal Kampung Coklat q. Animal kakao r. Gantungan kakao
--	--	--

Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar bekerjasama dengan para UKM (Usaha Kecil Menengah) dari masyarakat sekitar menggunakan sistem bagi hasil. Produknya diolah di rumahnya masing-masing. Ketika semua produk telah jadi di bawa ke Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar kemudian ditaruh di galery.

B. Paparan Data

1. Paparan tentang Strategi Pengembangan Potensi Pariwisata Berbasis Ekonomi Kreatif dalam Menghadapi Persaingan Bisnis pada Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar

Strategi pengembangan potensi pariwisata merupakan upaya pengembangan potensi yang ada di tempat wisata untuk mencapai tujuan secara tepat baik itu dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Sehingga tempat wisata perlu melakukan strategi pengembangan yang dilengkapi dengan perencanaan yang baik dalam skala kecil maupun besar.

Perencanaan adalah proses mendefinisikan tujuan, membuat strategi untuk mencapai tujuan, dan mengembangkan rencana aktivitas kerja dalam mencapai tujuan. Strategi pengembangan potensi pariwisata yang dilakukan Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar melalui pendekatan perencanaan yaitu strategi industri. Seperti yang dikatakan oleh Bapak Edi Purwanto:

“Dalam melakukan strategi pengembangan pariwisata kami menggunakan pendekatan perencanaan guna mencapai tujuan dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Strategi pertama yaitu strategi industri, kami bekerjasama dengan para UKM (Usaha Kecil Menengah) dari masyarakat sekitar yang berkreasi mengolah coklat dan berbagai kerajinan tangan yang dapat menciptakan nilai tambah yang ditaruh di galery. Selain itu juga terdapat outlet dengan berbagai makanan maupun minuman dengan khas coklat. Kami mengutamakan pelayanan kepada wisatawan dengan ramah dan baik. Penting juga bagi pihak yang terlibat kegiatan wisata kampung coklat ini baik karyawan maupun masyarakat sekitar harus bertanggung jawab dalam melestarikan lingkungan sekitar”.³

Selanjutnya Bapak Sherif selaku Manager Legal Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar juga menambahkan terkait dengan strategi industri:

“Strategi industri yang kami lakukan yaitu bekerja sama dengan masyarakat sekitar yang memiliki UKM (Usaha Kecil Menengah) berkreasi untuk mengolah coklat menjadi produk, souvenir dan lain-lain dengan sistem bagi hasil untuk ditaruh di galery. Para UKM (Usaha Kecil Menengah) setiap minggu diadakan evaluasi maupun wawasan mengenai produk ekonomi kreatif yang dihasilkan”.⁴

Bapak Sutrisno selaku pemilik UKM (Usaha Kecil Menengah) berupa geti coklat dari masyarakat sekitar memaparkan:

“Awalnya saya ke kampung coklat membawa produk geti biasa. Kemudian oleh pihak kampung coklat diberi masukan untuk membuat

³ Hasil wawancara dengan Bapak Edi Purwanto (Manager Front Office Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar), tanggal 28 Januari 2019

⁴ Hasil wawancara dengan Bapak Sherif (Manager Legal Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar), tanggal 11 Februari 2019

geti coklat. Coklat bubuk ini saya beli di kampung coklat untuk pembuatan geti agar terdapat cita rasa yang khas. Pengolahan produk ini di rumah saya sendiri dengan dibantu 5 orang karyawan. Apabila sudah menjadi produk maka saya bawa ke kampung coklat untuk taruh di galery kampung coklat harga jualnya lebih tinggi”.⁵

Dari pemaparan diatas menjelaskan bahwa strategi yang digunakan Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar dalam pengembangan potensi pariwisata dengan pendekatan perencanaan yaitu strategi industri berupa hasil kreasi para UKM (Usaha Kecil Menengah) dari masyarakat sekitar dengan sistem bagi hasil untuk mengolah coklat dan kerajinan tangan yang dapat menciptakan nilai tambah yang ditaruh di galery. Menyediakan outlet dengan barbagai olahan coklat baik itu makanan maupun minuman.

Selanjutnya strategi dalam pengembangan potensi pariwisata yaitu strategi destinasi. Seperti yang dikatakan oleh Bapak Edi Purwanto:

“Kami melakukan strategi destinasi dengan adanya wisata edukasi yang menonjolkan tempat wisata yaitu berupa pohon coklat mulai dari penanaman coklat samapai pengolahan coklat. Sekarang materinya sudah dikembangkan untuk analisis bisnis. Paket wisata edukasi ini didampingi oleh tim pemandu wisata yang sudah kami berikan wawasan. Selain itu ada terapi ikan kecil di kolam yang bermanfaat untuk kesehatan, menyediakan wahana permainan untuk anak-anak seperti kolam renang, cooking class, dan panggung hiburan. Disini juga menyediakan penginapan syariah bagi wisatawan yang ingin menyewa ruangan atau untuk mengadakan acara disini”.⁶

Bapak Sherif menambahkan penjelasan mengenai strategi destinasi pada Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar:

“Awal mula Kampung Coklat disebut sebagai wisata edukasi yaitu proses pengajaran yang dilakukan kepada anak-anak pada tahun 2014 mulai dari menanam biji coklat, mengolah coklat, dan mengemas

⁵ Hasil wawancara dengan Bapak Sutrisno (Pemilik Usaha Kecil Menengah dari masyarakat sekitar), tanggal 11 Februari 2019

⁶ Hasil wawancara dengan Bapak Edi Purwanto (Manager Front Office Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar), tanggal 28 Januari 2019

coklat. Setelah diajari tersebut anak-anak jadi ingat kemudian sampai dirumah bercerita kepada orangtuanya. Pada saat itulah Kampung Coklat disebut wisata edukasi sampai sekarang. Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar menonjolkan sistem pembelajaran mulai dari TK, SD, SMP, dan SMA. Daya tarik wisata edukasi kampung coklat yaitu pohon kakao dan coklat”.⁷

Saudari Nurul juga menambahkan mengenai strategi destinasi yang dilakukan pada Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar:

“Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar dari sisi tempatnya memiliki daya tarik wisata yang khas berupa tanaman coklat. Sedangkan program edukasi di kampung coklat tidak hanya untuk pelajar saja tetapi untuk umum maupun akademisi dalam melakukan penelitian. Karena materi yang diajarkan kampung coklat mengalami perkembangan tentang analisis bisnis perkebunan kakao yang berkombinasi dengan kolam air tawar seperti ikan nila, gurami, dan lele yang secara langsung praktik di kebun. Disini juga terdapat tim pemandu wisata edukasi yang sudah diberi wawasan dan pengetahuan yang selalu diupdate agar penyampaian materi mudah dipahami oleh wisatawan”.⁸

Dari penjelasan diatas bahwa strategi selanjutnya dalam pengembangan potensi pariwisata yang dilakukan Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar yaitu strategi destinasi dengan wisata edukasi berupa tanaman coklat. Yang awalnya hanya menanam biji kakao sampai pengemasan coklat. Tetapi sekarang ini materinya sudah berkembang ke analisis bisnis di kebun kakao yang berkombinasi dengan kolam ikan air tawar untuk kalangan umum maupun akademisi. Paket Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar didampingi oleh pemandu Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar yang sudah diberi wawasan.

⁷ Hasil wawancara dengan Bapak Sherif (Manager Legal Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar), tanggal 11 Februari 2019

⁸ Hasil wawancara dengan Saudari Nurul (Staff Marketing Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar), tanggal 11 Februari 2019

Selanjutnya strategi dalam pengembangan potensi pariwisata yaitu strategi pemasaran. Seperti yang dikatakan oleh Bapak Edi Purwanto:

“Strategi pemasaran yang kami lakukan dengan menetapkan target pasar Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar. Yang menjadi target pasar kami yaitu anak-anak hingga orangtua. Sehingga wisata disini setiap harinya pengunjungnya selalu ramai meskipun tidak hari libur baik itu wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara. Disini setiap hari sabtu pagi diadakan pengajian secara gratis. Kegiatan promosi yang kami lakukan melalui media sosial”.⁹

Hal serupa juga disampaikan oleh Bapak Sherif strategi pemasaran yang dilakukan pada Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar:

“Target pasar kami mulai anak-anak sampai orangtua. Kami melakukan promosi dengan media sosial berupa website resmi Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar, ig, facebook untuk memperkenalkan kepada masyarakat luas baik itu wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara”.¹⁰

Saudari Nurul juga menambahkan mengenai strategi pemasaran yang dilakukan pada Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar:

“Kegiatan promosi yang kami lakukan dengan menggunakan media sosial. Karena dengan media sosial dapat dikenal oleh masyarakat luas dapat melihat informasi tentang Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar sebelum datang langsung. Kami menggunakan e-commerce untuk menjual produk khas Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar”.¹¹

Dari paparan diatas menjelaskan bahwa Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar melakukan strategi pemasaran dengan menetapkan target pasar Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar dan kegiatan promosi. Target pasar Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar mulai dari anak-anak

⁹ Hasil wawancara dengan Bapak Edi Purwanto (Manager Front Office Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar), tanggal 28 Januari 2019

¹⁰ Hasil wawancara dengan Bapak Sherif (Manager Legal Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar), tanggal 11 Februari 2019

¹¹ Hasil wawancara dengan Saudari Nurul (Staff Marketing Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar), tanggal 11 Februari 2019

hingga orangtua. Kegiatan promosi yang dilakukan kampung coklat melalui media sosial seperti website resmi Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar sebagai bahan informasi wisatawan sebelum berkunjung, facebook, ig agar dikenal oleh masyarakat luas baik wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara. Serta juga menggunakan e-commerce dalam pemasaran produk-produk Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar untuk memudahkan pelanggan tanpa datang langsung ke tempat wisata.

Selain strategi industri, strategi destinasi, dan strategi pemasaran juga ada strategi kelembagaan yang digunakan kampung coklat dalam pengembangan pariwisata. Seperti yang dikatakan oleh Bapak Edi Purwanto:

“Strategi kelembagaan yang kami lakukan yaitu penguatan organisasi kelembagaan yang menjalin kerjasama dengan dinas untuk mengembangkan pengelolaan pariwisata. Penyusunan struktur organisasi kami juga sudah sesuai dengan kemampuan yang dimiliki masing-masing karyawan. Karyawan disini diberi pengetahuan dan pelatihan agar dalam bekerja dapat menjalankan tugasnya dengan baik. Selain itu karyawan juga harus memiliki perilaku yang baik dalam melayani wisatawan”.¹²

Hal serupa juga disampaikan oleh Bapak Sherif strategi kelembagaan yang digunakan Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar:

“Kami melakukan strategi kelembagaan dengan menjalin kerjasama dengan dinas untuk pengembangan pariwisata. Karyawan disini juga diberi pengetahuan dan pelatihan agar karyawan melaksanakan tugasnya dengan baik”.¹³

¹² Hasil wawancara dengan Bapak Edi Purwanto (Manager Front Office Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar), tanggal 28 Januari 2019

¹³ Hasil wawancara dengan Bapak Sherif (Manager Legal Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar), tanggal 11 Februari 2019

Saudari Nurul juga menambahkan mengenai strategi kelembagaan yang digunakan Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar:

“Mengenai strategi kelembagaan yang kami lakukan yaitu adanya pengetahuan dan pelatihan kepada karyawan agar dapat menjalankan tugasnya dengan baik. Selain itu perilaku yang baik dari karyawan selalu diutamakan ketika melayani wisatawan. Agar wisatawan merasa puas ketika berada di Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar”.¹⁴

Dari pemaparan diatas bahwa strategi yang digunakan kampung coklat dalam pengembangan pariwisata yaitu strategi kelembagaan yang menjalin kerjasama dengan dinas untuk mengembangkan pengelolaan pariwisata. Menyusun struktur organisasi sesuai dengan kemampuan karyawan. Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar memberikan pengetahuan dan pelatihan kepada karyawan dan harus memiliki perilaku yang baik dalam melayani wisatawan.

2. Paparan tentang Faktor Pendukung dan Penghambat Strategi Pengembangan Potensi Pariwisata Berbasis Ekonomi Kreatif dalam Menghadapi Persaingan Bisnis pada Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar

Faktor pendukung strategi pengembangan potensi pariwisata berbasis ekonomi kreatif dalam menghadapi persaingan bisnis di wisata edukasi kampung coklat yaitu pendekatan perencanaan yang terdiri dari strategi industri, strategi destinasi, strategi pemasaran, dan strategi kelembagaan. Seperti yang disampaikan oleh Bapak Edi Purwanto faktor pendukung strategi industri pada Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar:

¹⁴ Hasil wawancara dengan Saudari Nurul (Staff Marketing Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar), tanggal 11 Februari 2019

“Faktor pendukung strategi industri yang kami lakukan adalah dengan mengembangkan produk-produk wisata yang khas berupa coklat dengan yang diolah dalam berbagai macam produk baik itu makanan, minuman maupun barang yang ditaruh di galery Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar. Hasil produk ini dikemas dan diberi label agar mendapat nilai jual secara ekonomis. Label produk disini yaitu pohon coklat dengan warna coklat”.¹⁵

Bapak Sherif menambahkan mengenai faktor pendukung strategi industri Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar:

“Strategi industri ini dengan memanfaatkan potensi yang ada berupa coklat dalam berbagai makanan, minuman, maupun barang untuk ditaruh di galery Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar yang sudah dikemas dan diberi lebel”.¹⁶

Selanjutnya Saudari Nurul juga memberikan penjelasan mengenai pendukung strategi industri:

“Yang menjadi faktor pendukung strategi industri yaitu hasil produk yang ada disini diolah dengan berbagai macam olahan baik itu makanan, minuman dan barang untuk ditaruh di galery Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar”.¹⁷

Dari penjelasan diatas dapat diketahui bahwa faktor pendukung dari strategi industri Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar yaitu mengolah coklat dalam berbagai makanan, minuman, maupun barang yang sudah dikemas dan di beri label. Kemudian ditaruh di galeri Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar untuk menambah nilai jual.

¹⁵ Hasil wawancara dengan Bapak Edi Purwanto (Manager Front Office Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar), tanggal 28 Januari 2019

¹⁶ Hasil wawancara dengan Bapak Sherif (Manager Legal Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar), tanggal 11 Februari 2019

¹⁷ Hasil wawancara dengan Saudari Nurul (Staff Marketing Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar), tanggal 11 Februari 2019

Faktor pendukung strategi destinasi dengan mengadakan inovasi dan pembangunan baru terhadap Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar.

Seperti yang disampaikan oleh Bapak Edi Purwanto:

“Strategi destinasi yang kami lakukan yaitu mengadakan inovasi dan pembangunan baru terhadap Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar agar wisatawan tidak jenuh dan ingin kembali lagi berkunjung”.¹⁸

Selanjutnya Bapak Sherif juga menambahkan terkait dengan strategi destinasi:

“Kalau untuk strategi destinasi disini kami mengadakan inovasi dan pembangunan baru terhadap fisik Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar. Destinasi berupa kebun coklat untuk wisata edukasi yang ada di sebelah Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar yang berkombinasi dengan kolam ikan air tawar”.¹⁹

Begitu juga Saudari Nurul menjelaskan tentang strategi destinasi Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar:

“Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar melakukan strategi dengan membangun fisik dan inovasi agar wisatawan tidak bosan. Sehingga kami selalu melakukan inovasi dari tempat wisata ini agar ada hal baru dan wisatawan betah pastinya juga akan berkunjung kembali”.²⁰

Dari pemaparan diketahui bahwa faktor pendukung strategi destinasi Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar yaitu mengadakan inovasi dan pembangunan baru terhadap Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar agar wisatawan tidak bosan dan ingin kembali lagi berkunjung.

¹⁸ Hasil wawancara dengan Bapak Edi Purwanto (Manager Front Office Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar), tanggal 28 Januari 2019

¹⁹ Hasil wawancara dengan Bapak Sherif (Manager Legal Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar), tanggal 11 Februari 2019

²⁰ Hasil wawancara dengan Saudari Nurul (Staff Marketing Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar), tanggal 11 Februari 2019

Selanjutnya strategi pemasaran yang dilakukan oleh Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar menggunakan media sosial. Seperti yang disampaikan oleh Bapak Edi Purwanto:

“Strategi pemasaran yang kami gunakan melalui media sosial berupa website resmi, ig, fecebook agar dikenal oleh masyarakat luas baik itu wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara”.²¹

Hal yang sama dituturkan oleh Bapak Sherif mengenai strategi pemasaran Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar:

“Kami melakukukan pemasaran dengan situs resmi Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar, ig, facebook agar dikenal oleh masyarakat luas. Sehingga sebelum mengunjungi tempat wisata masyarakat dapat melihat informasi mengenai Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar.”²²

Demikian Saudari Nurul menambahkan strategi pemasaran Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar:

“Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar melakukan pemasaran dengan menggunakan website resmi, dan lai-lain untuk memperkenalkan kepada masyarakat.”²³

Dari penjelasan ketiga narasumber bahwa Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar dalam strategi pemasaran menggunakan media sosial agar lebih dikenal oleh masyarakat luas baik wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara.

²¹ Hasil wawancara dengan Bapak Edi Purwanto (Manager Front Office Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar), tanggal 28 Januari 2019

²² Hasil wawancara dengan Bapak Sherif (Manager Legal Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar), tanggal 11 Februari 2019

²³ Hasil wawancara dengan Saudari Nurul (Staff Marketing Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar), tanggal 11 Februari 2019

Strategi kelembagaan yang dilakukan Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar yaitu membangun sumber daya manusia. Seperti yang disampaikan oleh Bapak Edi Purwanto:

“Kami melakukan strategi kelembagaan dengan membangun sumber daya manusia. Seperti semua karyawan diberi pengetahuan dan pelatihan agar masyarakat dapat melaksanakan tugasnya dengan baik.”²⁴

Selanjutnya Bapak Sherif menambahkan mengenai strategi kelembagaan yang digunakan Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar:

“Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar ini menggunakan strategi kelembagaan dengan memberikan pengetahuan dan pelatihan kepada semua karyawan. Agar dalam melaksanakan pekerjaannya sesuai dengan tugas masing-masing”.²⁵

Begitu juga Saudari Nurul menjelaskan tentang strategi kelembagaan Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar:

“Kalau strategi kelembagaan disini yaitu semua karyawan diberikan pengetahuan dan pelatihan agar dapat melaksanakan tugasnya dengan baik dan sesuai dengan kemampuan yang dimiliki masing-masing karyawan”.²⁶

Dari pemaparan diatas bahwa strategi kelembagaan yang digunakan Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar yaitu membangun sumber daya manusia dengan memberikan pengetahuan dan pelatihan kepada karyawan. Sehingga dapat melaksanakan pekerjaannya dengan baik sesuai tugasnya masing-masing.

²⁴ Hasil wawancara dengan Bapak Edi Purwanto (Manager Front Office Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar), tanggal 28 Januari 2019

²⁵ Hasil wawancara dengan Bapak Sherif (Manager Legal Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar), tanggal 11 Februari 2019

²⁶ Hasil wawancara dengan Saudari Nurul (Staff Marketing Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar), tanggal 11 Februari 2019

Sedangkan faktor penghambat strategi pengembangan potensi pariwisata dengan pendekatan perencanaan yang dilakukan oleh Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar yaitu strategi industri. Seperti yang disampaikan oleh Bapak Edi Purwanto:

“Kalau faktor penghambat dari strategi industri yaitu kurang optimal dalam mengolah produk yang kami hasilkan. Seperti labelnya yang tetap serta perlu ditambah dan bentuk pengemasan yang kurang menarik”.²⁷

Hal yang sama dituturkan oleh Bapak Sherif mengenai strategi industri yang digunakan Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar:

“Yang menghambat strategi industri disini yaitu kurang optimal untuk mengolah berbagai macam produk dari segi pengemasan dan label. Sehingga kurang menarik wisatawan untuk membeli produk”.²⁸

Saudari Nurul juga menambahkan:

“Adanya kekurangan dalam hal produk yaitu pengemasan dan labelnya kurang menarik wisatawan yang dijual di galery Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar”.²⁹

Dari penjelasan diatas dapat diketahui bahwa yang menjadi penghambat dalam strategi industri yaitu produk. Dari segi pengemasan dan pemberian label produk Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar kurang menarik wisatawan.

Faktor penghambat strategi destinasi Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar yaitu lahannya kurang luas. Seperti yang disampaikan oleh Bapak Edi Purwanto:

²⁷ Hasil wawancara dengan Bapak Edi Purwanto (Manager Front Office Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar), tanggal 28 Januari 2019

²⁸ Hasil wawancara dengan Bapak Sherif (Manager Legal Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar), tanggal 11 Februari 2019

²⁹ Hasil wawancara dengan Saudari Nurul (Staff Marketing Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar), tanggal 11 Februari 2019

“Dalam melakukan strategi destinasi kami mengalami penghambatan dari segi lahan. Karena untuk melakukan pembangunan destinasi membutuhkan lahan yang luas”.³⁰

Selanjutnya Bapak Sherif juga menambahkan terkait dengan strategi destinasi:

“Yang menjadi penghambat strategi destinasi disini yaitu lahannya masih sempit dalam melakukan pembangunan destinasi Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar. Kami kesulitan untuk memperluas lahan. Karena masyarakat menjual dengan harga yang tinggi”.³¹

Hal yang sama dituturkan oleh Saudari Nurul mengenai strategi destinasi yang digunakan Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar:

“Faktor penghambat strategi destinasi Wisata Edukasi kampung Coklat Blitar yaitu dari lahan. Karena lahannya kurang luas untuk melakukan pembangunan. Lahan milik masyarakat ini boleh dibeli dengan syarat membeli dengan harga yang tinggi”.³²

Dari penjelasan diatas bahwa faktor penghambat strategi destinasi pada Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar adalah lahannya masih sempit. Karena dalam melakukan pembangunan membutuhkan lahan yang luas. Tanah milik masyarakat sekitar ini boleh dibeli tetapi dengan harga jual yang tinggi.

Faktor penghambat strategi pemasaran Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar yaitu penyalahgunaan media sosial. Seperti yang disampaikan oleh Bapak Edi Purwanto:

“Kalau penghambat strategi pemasaran yaitu menyalahgunakan media sosial untuk memberikan informasi yang negatif terkait Wisata

³⁰ Hasil wawancara dengan Bapak Edi Purwanto (Manager Front Office Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar), tanggal 28 Januari 2019

³¹ Hasil wawancara dengan Bapak Sherif (Manager Legal Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar), tanggal 11 Februari 2019

³² Hasil wawancara dengan Saudari Nurul (Staff Marketing Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar), tanggal 11 Februari 2019

Edukasi Kampung Coklat Blitar. Tentunya ada beberapa masyarakat yang tidak suka atau merasa tersaingi oleh kami maka orang tersebut membuat isu untuk menurunkan citra Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar”.³³

Begitu juga Bapak Sherif menjelaskan penghambat strategi pemasaran

Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar:

”Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar mengalami penghambat dalam strategi pemasaran yaitu dengan media sosial. Adanya media sosial menjadi penghambat bagi kami karena seseorang dapat menyebarkan informasi yang tidak bagus. Media sosial sangat cepat menyebarkan isu yang merusak citra kami”.³⁴

Saudari Nurul menambahkan mengenai faktor penghambat strategi

pemasaran yang digunakan Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar:

“Yang menghambat strategi pemasaran Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar yaitu media sosial. Media sosial disalahgunakan untuk menyebarkan informasi yang negatif kepada masyarakat kepada seseorang yang tidak suka dengan Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar”.³⁵

Dari penjelasan diatas bahwa faktor penghambat strategi pemasaran pada Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar yaitu menyalahgunakan media sosial untuk menyebarkan informasi yang negatif terhadap seseorang yang tidak suka dengan Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar.

Faktor yang menghambat strategi kelembagaan pada Wisata Edukasi

Kampung Coklat Blitar menurut Bapak Edi Purwanto:

“Penghambat strategi kelembagaan kami yaitu kurangnya sumber daya manusia yang berkualitas dalam menjalankan pekerjaan khususnya di bidang pariwisata. Karena rata-rata karyawan kami ini lulusan SMA.

³³ Hasil wawancara dengan Bapak Edi Purwanto (Manager Front Office Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar), tanggal 28 Januari 2019

³⁴ Hasil wawancara dengan Bapak Sherif (Manager Legal Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar), tanggal 11 Februari 2019

³⁵ Hasil wawancara dengan Saudari Nurul (Staff Marketing Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar), tanggal 11 Februari 2019

Sehingga Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar masih kurang maksimal dalam melayani wisatawan”.³⁶

Bapak Sherif menambahkan mengenai faktor yang menghambat strategi kelembagaan yang digunakan Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar:

“Kalau faktor penghambat strategi kelembagaan kami yaitu kualitas sumber daya manusia yang ada disini masih rendah. Sebagian besar karyawan kami pendidikan terakhirnya SMA”.³⁷

Selanjutnya Saudari Nurul juga menambahkan terkait faktor penghambat strategi kelembagaan pada Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar:

“Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar mengalami kendala terhadap rendahnya kualitas sumber daya manusia di bidang pariwisata. Rata-rata karyawan kami ini lulusan SMA. Sehingga para karyawan masih kurang berpengalaman di bidang pariwisata dalam melayani wisatawan”.³⁸

Dari pemaparan diatas menjelaskan bahwa yang menghambat strategi kelembagaan pada Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar yaitu kurangnya sumber daya manusia yang berkualitas. Karena sebagian besar karyawannya lulusan SMA. Sehingga masih kurang optimal dalam melayani wisatawan.

Dalam melakukan strategi pengembangan potensi pariwisata berbasis ekonomi kreatif dalam menghadapi persaingan bisnis pada Wisata Edukasi Kampung Coklat Bitar tentunya ada faktor pendukung dan faktor

³⁶ Hasil wawancara dengan Bapak Edi Purwanto (Manager Front Office Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar), tanggal 28 Januari 2019

³⁷ Hasil wawancara dengan Bapak Sherif (Manager Legal Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar), tanggal 11 Februari 2019

³⁸ Hasil wawancara dengan Saudari Nurul (Staff Marketing Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar), tanggal 11 Februari 2019

penghambat untuk menetapkan kegiatan dalam jangka pendek maupun jangka panjang guna mencapai tujuan yang tepat.

3. Paparan Tentang Strategi Menghadapi Persaingan Bisnis pada Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar

Sekarang ini dalam menjalankan bisnis di bidang pariwisata perlu adanya strategi dalam menghadapi persaingan bisnis. Strategi yang digunakan Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar dalam menghadapi persaingan bisnis yaitu yang pertama menonjolkan keunikan. Seperti yang dikatakan oleh Bapak Edi Purwanto:

“Strategi yang kami lakukan dalam menghadapi persaingan bisnis adalah menonjolkan keunikan dari tempat wisata edukasi kampung coklat berupa tumbuhan coklat. Selain berwisata disini juga ada wisata edukasi. Selain itu di kampung coklat terdapat outlet yang menjual makanan dan minuman khas coklat, serta galery yang menyediakan berbagai macam produk oleh-oleh. Di setiap akses jalan diberi arah jalur untuk menuju kampung coklat dalam memudahkan wisatawan yang berkunjung”.³⁹

Demikian Bapak Sherif menambahkan strategi menghadapi persaingan bisnis pada Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar:

“Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar yang digunakan dalam strategi menghadapi persaingan bisnis dengan menonjolkan keunikan. Keunikan yang ada disini berupa tumbuhan coklat. Di dalam sini terdapat banyak tumbuhan coklat untuk duduk bersantai dibawah tumbuhan coklat. Disini juga ada outlet berbagai makanan dan minuman. Seorang wisatawan bebas untuk memilih sendiri sesuai dengan seleranya”.⁴⁰

³⁹ Hasil wawancara dengan Bapak Edi Purwanto (Manager Front Office Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar), tanggal 28 Januari 2019

⁴⁰ Hasil wawancara dengan Bapak Sherif (Manager Legal Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar), tanggal 11 Februari 2019

Hal yang sama dituturkan oleh Saudari Nurul mengenai strategi menghadapi persaingan bisnis yang digunakan Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar:

“Kami menggunakan strategi menonjolkan keunikan yang ada di Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar. Keunikan disini adanya tumbuhan coklat sebagai tempat berteduh wisatawan yang sedang bersantai. Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar menyediakan galery pusat oleh-oleh wisatawan dan juga ada outlet yang menjual makanan maupun minuman untuk memudahkan wisatawan”.⁴¹

Dari penjelasan diatas bahwa strategi yang dilakukan kampung coklat dalam menghadapi persaingan bisnis yaitu dengan menonjolkan keunikan. Keunikan yang ada di kampung coklat dapat menarik wisatawan untuk mengunjungi. Tempat wisata di kampung coklat memiliki khas tanaman coklat dan produk yang di jual berupa olahan coklat.

Selanjutnya Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar melakukan strategi branding kuat. Seperti yang dikatakan oleh Bapak Edi Purwanto:

“Pihak Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar melakukan branding kuat yang meliputi pemilihan nama, logo kampung coklat yang sudah didesain semenarik mungkin dengan berciri warna coklat dan pohon kakao untuk menjaga identitas. Tujuannya agar wisatawan selalu ingat dengan wisata kampung coklat. Selain itu juga melakukan branding kuat dari produk yang dihasilkan oleh UKM (Usaha Kecil Menengah) dari masyarakat sekitar yang bekerjasama dengan kami. Brandnya berlabel kampung dengan desain pohon kakao yang berwarna coklat serta di kemas dengan rapi”.⁴²

Bapak Sherif menambahkan mengenai strategi menghadapi persaingan bisnis pada Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar:

⁴¹ Hasil wawancara dengan Saudari Nurul (Staff Marketing Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar), tanggal 11 Februari 2019

⁴² Hasil wawancara dengan Bapak Edi Purwanto (Manager Front Office Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar), tanggal 28 Januari 2019

“Kami melakukan branding yang kuat dengan memilih logo yang bergambar pohon kakao. Nama dan logo bercirikan warna coklat. Hal tersebut sebagai identitas Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar agar lebih mudah diingat oleh wisatawan”.⁴³

Bapak Sutrisno juga menambahkan:

“Branding kuat yang saya lakukan dari hasil produk geti coklat ini dengan diberi label Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar serta pengemasan untuk menarik wisatawan ketika membeli produk di pusat oleh galery”.⁴⁴

Dari paparan diatas menjelaskan bahwa branding kuat yang dilakukan Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar adalah dengan pemilihan nama wisata, logo kampung coklat, warna khas kampung coklat berupa warna coklat, dan brand produk Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar yang dihasilkan oleh pemilik UKM (Usaha Kecil Menengah) diberi label dan dikemas. Hal tersebut sangat penting dilakukan guna menjaga identitas dan ciri khas kampung coklat agar mudah diingat oleh wisatawan.

Strategi yang dilakukan Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar dalam menghadapi persaingan bisnis yaitu kepuasan pelanggan. Seperti yang dikatakan oleh Bapak Edi Purwanto:

“Kepuasan pelanggan yang kami tekankan adalah pada tim pemandu wisata edukasi selalu diberi wawasan mengenai materi yang disampaikan. Selain itu karyawan kami melayani wisatawan dengan ramah. Perbaikan di bidang infrastruktur juga perlu diperhatikan seperti mengadakan inovasi Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar, dan penginapan syariah yang bersih dan rapi. Tentunya wisatawan akan merasa puas dan ingin berkunjung lagi. Sehingga dapat memberikan keuntungan bagi pihak kampung coklat”.⁴⁵

⁴³ Hasil wawancara dengan Bapak Sherif (Manager Legal Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar), tanggal 11 Februari 2019

⁴⁴ Hasil wawancara dengan Bapak Sutrisno (Pemilik Usaha Kecil Menengah dari masyarakat sekitar), tanggal 11 Februari 2019

⁴⁵ Hasil wawancara dengan Bapak Edi Purwanto (Manager Front Office Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar), tanggal 28 Januari 2019

Bapak Sherif menambahkan mengenai strategi menghadapi persaingan bisnis yang dilakukan Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar:

“Kami selalu mengutamakan kepuasan pelanggan dalam hal pelayanan wisatawan. Kami juga memperhatikan kebersihan fasilitas seperti kamar mandi, penginapan syariah, dan tempat ibadah. Agar wisatawan merasa puas dan ingin berkunjung kembali”.⁴⁶

Demikian Saudari Nurul menambahkan strategi menghadapi persaingan bisnis pada Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar:

“Kalau Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar mengutamakan kepuasan pelanggan. Karena kami melayani wisatawan dengan ramah dan baik. Perlu mengadakan inovasi untuk kepuasan wisatawan agar berkunjung kembali”.⁴⁷

Dari penjelasan diatas bahwa strategi dalam menghadapi persaingan bisnis kampung coklat adalah kepuasan pelanggan dengan pelayanan yang ramah dan wisatawan mudah memenuhi kebutuhan selama berada di tempat wisata. Dalam menjalankan bisnis kepuasan pelanggan perlu diutamakan. Karena pelanggan yang puas akan mengunjungi tempat wisata lagi.

Mendengarkan suara pelanggan merupakan strategi yang dibutuhkan Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar dalam menghadapi persaingan bisnis. Seperti yang dikatakan oleh Bapak Edi Purwanto:

“Selanjutnya kami selalu mendengarkan suara masukan maupun kritikan dari wisatawan dengan baik. Bukannya malah di respon dengan tanggapan yang negatif. Justru dengan merespon masukan

⁴⁶ Hasil wawancara dengan Bapak Sherif (Manager Legal Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar), tanggal 11 Februari 2019

⁴⁷ Hasil wawancara dengan Saudari Nurul (Staff Marketing Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar), tanggal 11 Februari 2019

maupun dari wisatawan dapat kami jadikan sebagai ide dan perbaikan Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar kedepannya”.⁴⁸

Begitu juga Bapak Sherif menjelaskan tentang strategi menghadapi

persaingan bisnis pada Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar:

“Kalau menghadapi persaingan bisnis yang kami lakukan mendengarkan suara pelanggan. Karena dengan mendengarkan suara pelanggan maka kami dapat melakukan pembaruan terhadap fisik Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar”.⁴⁹

Hal yang sama dituturkan oleh Saudari Nurul mengenai strategi menghadapi persaingan bisnis yang digunakan Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar:

“Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar mendengarkan suara pelanggan dengan baik untuk mendapatkan kritikan. Kritikan tersebut sangat berguna bagi kami untuk inovasi dalam mewujudkan ide terhadap pembaruan Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar”.⁵⁰

Dari paparan diatas menjelaskan bahwa pihak Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar mendengarkan suara pelanggan dengan baik dari segi masukan maupun kritikan. Hal tersebut dapat dijadikan sebagai ide dan motivasi Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar untuk kedepannya.

Strategi yang diterapkan kampung coklat dalam menghadapi persaingan bisnis yaitu pembuatan organisasi kerja dan sistem prosedur.

Seperti yang dikatakan oleh Bapak Edi Purwanto:

“Menegenai pembuatan organisasi kerja dan sistem prosedur Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar sudah tersusun secara tepat sesuai dengan bidang dan kompetensi yang dimiliki oleh karyawan. Tujuannya agar dapat melaksanakan tugas dan tanggung jawab dengan

⁴⁸ Hasil wawancara dengan Bapak Edi Purwanto (Manager Front Office Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar), tanggal 28 Januari 2019

⁴⁹ Hasil wawancara dengan Bapak Sherif (Manager Legal Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar), tanggal 11 Februari 2019

⁵⁰ Hasil wawancara dengan Saudari Nurul (Staff Marketing Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar), tanggal 11 Februari 2019

baik seperti rasa ikut memiliki Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar ini”.⁵¹

Bapak Sherif menambahkan mengenai strategi menghadapi persaingan bisnis pada Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar:

“Kami membuat struktur organisasi kerja dengan sesuai dengan kemampuan yang dimiliki oleh masing-masing karyawan. Sehingga dapat melaksanakan pekerjaannya dengan baik”.⁵²

Saudari Nurul juga menambahkan:

“Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar telah menyusun struktur organisasi kerja sesuai dengan kemampuan karyawan agar semua karyawan melaksanakan tugasnya dengan sungguh”.⁵³

Dari penjelasan diatas bahwa strategi dalam menghadapi persaingan bisnis yang dilakukan oleh kampung coklat adalah pembuatan organisasi kerja dan sistem prosedur yang tersusun secara tepat dapat memudahkan karyawan dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawab.

Strategi yang di dilakukan Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar yaitu bersahabat dengan lingkungan. Seperti yang dikatakan oleh Bapak Edi Purwanto:

“Strategi kami selanjutnya yaitu bersahabat dengan lingkungan, dimana dukungan dari pihak masyarakat sekitar dapat membantu pengembangan pariwisata sehingga dapat menjalankan kegiatan dengan lancar. Keberadaan kampung coklat ini membuka kesempatan kerja khususnya dari masyarakat sekitar untuk mengkaryakan produk-produk yang telah dihasilkan maupun yang bekerja disini. Dalam pembuatan produk masih manual tetapi juga ada yang menggunakan mesin yang kecil agar tidak mengganggu lingkungan. Pelestarian

⁵¹ Hasil wawancara dengan Bapak Edi Purwanto (Manager Front Office Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar), tanggal 28 Januari 2019

⁵² Hasil wawancara dengan Bapak Sherif (Manager Legal Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar), tanggal tanggal 11 Februari 2019

⁵³ Hasil wawancara dengan Saudari Nurul (Staff Marketing Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar), tanggal 11 Februari 2019

lingkungan kampung coklat juga melibatkan masyarakat sekitar dengan tetap menjaga kebersihan”.⁵⁴

Begitu juga Bapak Sherif menjelaskan penghambat strategi menghadapi persaingan Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar:

“Bersahabat dengan lingkungan sangat penting bagi kami. Karena Wisata Edukasi Kampung Coklat ini membutuhkan dukungan masyarakat sekitar agar kegiatan disini berjalan dengan lancar. Kami membuka kesempatan kerja terutama bagi masyarakat sekitar baik yang memiliki UKM (Usaha Kecil Menengah) dalam mengolah produk maupun berkerja disini”.⁵⁵

Begitu juga Saudari Nurul menjelaskan tentang strategi menghadapi persaingan bisnis pada Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar:

“Kami bersahabat dengan lingkungan untuk menjalankan kegiatan yang ada di Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar ini. Karena karyawan kami mayoritas masyarakat sekitar. Sehingga masyarakat sekitar dapat ikut menjaga pelestarian lingkungan di sekitar Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar”.⁵⁶

Dari paparan diatas menjelaskan bahwa strategi dalam menghadapi persaingan bisnis yang dilakukan Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar yaitu bersahabat dengan lingkungan. Lingkungan merupakan sebagai faktor yang penting dalam menjalankan kegiatan di Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar. Karena masyarakat sekitar harus berperan aktif dalam menjaga lingkungan dengan cara menjaga kelestarian maupun kebersihan.

⁵⁴ Hasil wawancara dengan Bapak Edi Purwanto (Manager Front Office Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar), tanggal 28 Januari 2019

⁵⁵ Hasil wawancara dengan Bapak Sherif (Manager Legal Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar), tanggal 11 Februari 2019

⁵⁶ Hasil wawancara dengan Saudari Nurul (Staff Marketing Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar), tanggal 11 Februari 2019

Kemudian Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar melakukan strategi mengembangkan jaringan. Seperti yang disampaikan oleh Bapak Edi Purwanto:

“Yang kami lakukan dalam pengembangan jaringan yaitu menjalin relasi dengan dinas untuk pengembangan pariwisata. Selain itu, kami menjalin kerjasama dengan masyarakat sekitar yang memiliki UKM (Usaha Kecil Menengah) dalam mengolah coklat menjadi berbagai macam produk untuk ditaruh di galery Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar. Maka dengan mengembangkan jaringan tersebut dapat bermanfaat bagi kami maupun pihak yang bekerjasama”.⁵⁷

Bapak Sherif menambahkan mengenai strategi menghadapi persaingan bisnis yang dilakukan Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar:

“Dalam mengembangkan jaringan kami bekerjasama dengan Dinas untuk pengembangan pariwisata. Kami juga bekerjasama dengan para UKM (Usaha Kecil Menengah) untuk mengolah coklat maupun kerajinan tangan yang nantinya ditaruh di galery.”⁵⁸

Saudari Nurul juga menambahkan mengenai mengembangkan jaringan yang digunakan Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar:

“Kami bekerjasama dengan para pemillik UKM (Usaha Kecil Menengah) dalam menghasilkan produk baik itu berupa makanan maupun barang yang ditaruh di galery pusat oleh-oleh Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar. Kami dan para UKM (Usaha Kecil Menengah) merupakan bentuk kerjasama yang saling menguntungkan”.⁵⁹

Dari penjelasan diatas bahwa startegi yang dilakukan Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar yaitu dengan mengembangkan jaringan. Pihak Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar menjalin kerjasama dengan dinas

⁵⁷ Hasil wawancara dengan Bapak Edi Purwanto (Manager Front Office Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar), tanggal 28 Januari 2019

⁵⁸ Hasil wawancara dengan Bapak Sherif (Manager Legal Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar), tanggal tanggal 11 Februari 2019

⁵⁹ Hasil wawancara dengan Saudari Nurul (Staff Marketing Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar), tanggal 11 Februari 2019

untuk pengembangan pariwisata dan bekerjasama dengan masyarakat sekitar yang memiliki UKM (Usaha Kecil Menengah) dalam menghasilkan produk yang ditaruh di galery.

Strategi yang dilakukan Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar yaitu mengenali risiko yang terjadi. Seperti yang dikatakan oleh Bapak Edi Purwanto:

“Strategi dalam menghadapi persaingan bisnis yang kami lakukan yaitu mengenali risiko. Kami memang perlu mengantisipasi risiko yang terjadi. Seperti wisata yang ramainya hanya hari raya maupun hari libur, cuaca hujan, dan kejenuhan wisatawan. Tetapi meskipun hari biasa disini selalu ada pengunjung yang datang untuk melakukan wisata edukasi atau sekedar menikmati keindahan yang ada disini walaupun tidak seramai ketika hari libur. Ketika musim hujan pengunjungnya juga menurun. Kejenuhan wisatawan dapat diantisipasi dengan inovasi produk serta adanya panggung hiburan”.⁶⁰

Hal yang sama dituturkan oleh Bapak Sherif mengenai strategi menghadapi persaingan bisnis yang digunakan Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar:

“Kami memang memperhatikan dalam mengenali risiko yang ada disini. Ketika musim hujan disini memang sepi pengunjung. Tetapi waktu libur panjang sekolah dan hari raya selalu dipadati oleh pengunjung”.⁶¹

Selanjutnya Saudari Nurul juga menambahkan terkait strategi menghadapi persaingan bisnis Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar:

“Kalau dalam mengenali risiko disini waktu musim hujan pengunjungnya sepi. Saat hari-hari biasa pengunjungnya juga tidak

⁶⁰ Hasil wawancara dengan Bapak Edi Purwanto (Manager Front Office Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar), tanggal 28 Januari 2019

⁶¹ Hasil wawancara dengan Bapak Sherif (Manager Legal Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar), tanggal tanggal 11 Februari 2019

seramai weekend. Kami menyediakan panggung hiburan untuk mengatasi kejenuhan wisatawan”.⁶²

Dari paparan diatas menjelaskan bahwa strategi yang dilakukan Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar dalam menghadapi persaingan bisnis adalah mengenali risiko. Dengan mengenali risiko yang terjadi di tempat wisata maka dapat menambah jumlah wisatawan yang berkunjung. Wisata musiman ketika hari libur, cuaca hujan, dan kejenuhan wisatawan saat berada di kampung coklat perlu diantisipasi oleh pihak Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar.

Strategi yang terakhir dilakukan Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar yaitu memanfaatkan teknologi. Seperti yang dikatakan oleh Bapak Edi Purwanto:

“Strategi yang kami lakukan dalam menghadapi persaingan bisnis yaitu dengan memanfaatkan teknologi yang semakin canggih untuk melakukan promosi. Kampung coklat sudah memiliki website resmi yang berisi gambaran tempat wisata, produk-produk wisata, fasilitas, dan lain-lain. Hal tersebut bisa dijadikan sebagai informasi sebelum wisatawan berkunjung langsung kesini. Kami juga mempromosikan lewat media sosial lainnya seperti facebook, ig dan sebagainya agar dikenal oleh masyarakat luas baik wisatawan lokal maupun wisatwan mancanegara”.⁶³

Demikian Bapak Sherif menambahkan strategi menghadapi persaingan bisnis pada Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar:

“Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar ini memanfaatkan teknologi yang semakin canggih untuk mempromosikan agar wisata kami ini lebih dikenal oleh masyarakat luas. Kami menggunakan media sosial

⁶² Hasil wawancara dengan Saudari Nurul (Staff Marketing Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar), tanggal 11 Februari 2019

⁶³ Hasil wawancara dengan Bapak Edi Purwanto (Manager Front Office Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar), tanggal 28 Januari 2019

seperti website resmi, facebook, ig untuk memberikan informasi terkait Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar”.⁶⁴

Saudari Nurul juga menambahkan:

“Kami ini memanfaatkan teknologi dalam memasarkan Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar yaitu media sosial. Dengan media sosial menjadi bahan informasi masyarakat sebelum datang langsung. Kami menggunakan website resmi, ig, facebook untuk mempromosikan paket wisata yang ada disini”.⁶⁵

Dari penjelasan diatas bahwa strategi yang dilakukan Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar dalam menghadapi persaingan bisnis yaitu memanfaatkan teknologi dengan website resmi maupun lewat media sosial agar lebih dikenal oleh masyarakat luas baik wisatawan lokal maupun wisatatawan mancanegara.

Sehingga strategi yang dilakukan kampung coklat dalam menghadapi persaingan di bidang pariwisata meliputi menonjolkan keunikan, branding kuat, kepuasan pelanggan, mendengarkan suara pelanggan, membuat organisasi kerja dan sistem prosedur, bersahabat dengan lingkungan, mengembangkan jaringan, mengenali risiko, dan memanfaatkan teknologi.

C. Temuan Penelitian

1. Temuan tentang Strategi Pengembangan Potensi Pariwisata Berbasis Ekonomi Kreatif pada Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar

⁶⁴ Hasil wawancara dengan Bapak Sherif (Manager Legal Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar), tanggal tanggal 11 Februari 2019

⁶⁵ Hasil wawancara dengan Saudari Nurul (Staff Marketing Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar), tanggal 11 Februari 2019

Berdasarkan paparan data terkait strategi pengembangan potensi pariwisata berbasis ekonomi kreatif dalam menghadapi persaingan bisnis pada Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar yaitu dengan pendekatan perencanaan yang meliputi strategi industri, strategi destinasi, strategi pemasaran, dan strategi kelembagaan. Strategi industri dalam pengembangan pariwisata kampung coklat yaitu para UKM (Usaha Kecil Menengah) dari masyarakat sekitar yang berkreasi mengolah coklat dan membuat kerajinan tangan yang dapat menciptakan nilai tambah untuk ditaruh di galery. Terdapat juga outlet dengan berbagai olahan coklat baik itu makanan maupun minuman. Adanya fasilitas kamar mandi, tempat ibadah yang bersih, serta aksesibilitas kemudahan dalam menuju kampung coklat karena sudah diberi rambu-rambu petunjuk arah. Semua pihak yang terlibat dengan kegiatan wisata baik itu karyawan maupun masyarakat sekitar harus bertanggung jawab dalam melestarikan lingkungan sekitar dan menggunakan mesin yang ramah lingkungan. Sehingga dalam mengelola produk tidak mengganggu masyarakat sekitar.

Yang kedua yaitu strategi destinasi dengan menawarkan produk wisata yang kampung coklat berupa wisata edukasi yang didampingi oleh tim pemandu wisata edukasi yang berpengalaman. Selain itu terdapat terpa ikan kecil di kolam yang bermanfaat untuk kesehatan, menyediakan wahana permainan untuk anak-anak seperti kolam renang, cooking class, dan panggung hiburan. Kampung coklat juga menyediakan bidang

akomodasi yaitu penginapan syariah bagi wisatawan yang ingin menyewa ruangan untuk mengadakan acara.

Yang ketiga adalah strategi pemasaran. Strategi pemasaran yang kami lakukan dengan menetapkan target pasar wisata kampung coklat. Yang menjadi target pasar kampung coklat mulai anak-anak hingga orangtua baik wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara. Kegiatan promosi yang dilakukan pihak kampung coklat melalui media sosial seperti website resmi kampung coklat sebagai bahan informasi wisatawan sebelum berkunjung serta facebook, ig. Selain itu juga menggunakan e-commerce dalam transaksi produk-produk kampung coklat untuk memudahkan pelanggan tanpa datang langsung ke kampung coklat.

Yang keempat yaitu strategi kelembagaan. Strategi kelembagaan yang dilakukan pihak kampung coklat dengan penguatan organisasi kelembagaan yaitu menjalin relasi dan kerjasama dengan dinas untuk mengembangkan pengelolaan pariwisata, memberikan pengetahuan dan pelatihan kepada karyawan agar dapat menjalankan tugasnya dengan baik. Menyusun struktur organisasi sesuai dengan kemampuan yang dimiliki karyawan. Selain itu karyawan harus memiliki perilaku yang baik dalam melayani wisatawan.

2. Paparan tentang Faktor Pendukung dan Penghambat Strategi Pengembangan Potensi Pariwisata Berbasis Ekonomi Kreatif dalam Menghadapi Persaingan Bisnis pada Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar

Dari paparan tentang faktor pendukung dan penghambat strategi pengembangan potensi pariwisata berbasis ekonomi kreatif dalam menghadapi persaingan pada Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar yaitu dengan pendekatan perencanaan yang meliputi strategi industri, strategi destinasi, strategi pemasaran, dan strategi kelembagaan. Faktor pendukung strategi industri terletak pada pengembangan berbagai macam produk wisata yang khas untuk menarik wisatawan. Faktor pendukung strategi destinasi kampung coklat yaitu mengadakan inovasi dan pembangunan baru terhadap fisik kampung coklat agar wisatawan tidak jenuh dan ingin kembali lagi berkunjung. Dari strategi pemasaran faktor pendukungnya yaitu menggunakan media sosial sehingga lebih di kenal oleh masyarakat luas. Faktor pendukung strategi kelembagaan yaitu membangun sumber daya manusia dengan diberi pengetahuan serta pelatihan di bidang pariwisata agar mampu melaksanakan tugas dengan baik.

Sedangkan faktor yang menghambat strategi pengembangan potensi pariwisata dengan pendekatan perencanaan yang terdiri dari strategi industri yaitu kurang optimal dalam pengembangan produk yang membuat wisatawan bosan. Faktor penghambat strategi destinasi yaitu kurangnya lahan dalam memperluas pembangunan kampung coklat. Dari segi strategi pemasaran yaitu menyalahgunakan media sosial untuk memberikan informasi yang negatif. Strategi kelembagaan yaitu kurangnya sumber daya manusia yang berkualitas dalam menjalankan kegiatan di Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar.

3. Paparan tentang Strategi Menghadapi Persaingan Bisnis pada Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar

Dari pemaparan tentang strategi menghadapi persaingan bisnis yang dilakukan Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar yaitu yang pertama menonjolkan keunikan. Keunikan yang ada di Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar dapat menarik wisatawan untuk mengunjunginya. Tempatnya memiliki khas tanaman coklat dan produk yang di jual berupa olahan coklat.

Kedua, branding kuat dengan pemilihan nama, logo warna khas Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar berupa warna coklat, dan brand produk Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar yang dihasilkan oleh pemilik UKM (Usaha Kecil Menengah) diberi label dan dikemas. Hal tersebut sangat penting dilakukan guna menjaga identitas dan ciri khas agar mudah diingat oleh wisatawan.

Ketiga, kepuasan pelanggan dengan pelayanan yang ramah dan wisatawan mudah memenuhi kebutuhan selama berada di tempat wisata. Dalam menjalankan bisnis kepuasan pelanggan perlu diutamakan. Karena pelanggan yang puas akan mengunjungi tempat wisata lagi.

Keempat, mendengarkan suara pelanggan. Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar mendengarkan suara pelanggan dengan baik dari segi masukan maupun kritikan. Hal tersebut dapat dijadikan sebagai ide dan motivasi untuk kedepannya.

Kelima, Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar membuat struktur organisasi kerja yang tersusun secara tepat sesuai dengan kemampuan dimiliki oleh masing-masing karyawan. Agar karyawan mudah dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawab.

Keenam, bersahabat dengan lingkungan. Lingkungan merupakan sebagai faktor yang penting dalam menjalankan kegiatan di Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar. Karena masyarakat sekitar harus berperan aktif dalam menjaga lingkungan dengan cara menjaga kelestarian maupun kebersihan.

Ketujuh, mengembangkan jaringan. Pihak Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar menjalin relasi dengan dinas untuk mendukung pengembangan pariwisata dan bekerjasama dengan masyarakat sekitar yang memiliki UKM (Usaha Kecil Menengah). Sehingga dalam mengembangkan jaringan tersebut dapat saling menguntungkan.

Kedelapan, mengenali risiko yang terjadi di tempat wisata maka dapat menambah jumlah wisatawan yang berkunjung. Wisata musiman ketika hari libur, cuaca hujan, dan kejenuhan wisatawan saat berada di kampung coklat perlu diantisipasi oleh pihak Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar.

Kesembilan, memanfaatkan teknologi dengan website resmi maupun lewat media sosial agar lebih dikenal oleh masyarakat luas baik wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara.