

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Profil Obyek Wisata Edukasi Kampung Coklat

Gambar 4.1
Pintu Masuk Wisata Edukasi Kampung Coklat



Sumber: Dokumentasi Observasi Wisata Edukasi Kampung Coklat

Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar terletak di Jl. Bantenglorok 18, Desa Plosorejo, kecamatan Kademangan, Kabupaten Blitar. Dari arah kota Blitar ke selatan, setelah melewati jembatan kademangan aka neda pertigaan dengan petunjuk menuju ke lokasi. Hanya sekitar 3,5 kilometer pengunjung akan sampai pada lokasi Wisata Edukasi Kampung Coklat. Wisata ini merupakan wisata buatan yang berbasis alam dan edukasi. Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar adalah destinasi wisata yang ada didalam desa plosorejo dengan luas tanah sekitar 5 hektar. Dalam hal pengelolaan wisata ini dikelola oleh Bapak Khofid Mustofa selaku pemimpin Wisata Edukasi Kampung Coklat.

Pada wisata ini harga tiket yang ditawarkan dapat dikatakan cukup murah yaitu untuk hari biasa senin-jumat dengan tarif Rp.5.000 per orang. Tiket weekend dan hari libur Rp. 10.000 per orang. Dengan harga tiket yang cukup murah pada saat masuk pengunjung langsung dapat menikmati fasilitas yang disediakan pada wisata ini yaitu kolam renang anak-anak, wahana permainan, *cooking class*, terapi ikan, spot foto yang indah, taman edukasi, gazebo, hall, pendhopo, pujasera,, gallery coklat, mushola, toilet, dan panggung hiburan. Dan ada juga kios-kios kuliner yang ada di dalam Wisata Edukasi Kampung Coklat.

Keberadaan obyek Wisata Edukasi Kampung Coklat ini memberikan dampak yang signifikan bagi masyarakat, lingkungan, Desa Plosorejo dan sekitarnya. Dengan adanya wisata ini Desa Plosorejo lebih bisa dikenal khalayak umum. Tidak hanya masyarakat Kabupaten Blitar saha tetapi juga masyarakat tingkat provinsi.

2. Sejarah Wisata Edukasi Kampung Coklat

Usaha Wisata Edukasi Kampung Coklat berawal dari peternakan ayam petelur milik Bapak Kholid Mustofa (Pemimpin Kampung Coklat) yang mengalami kerugian besar akibat terjangkit virus Flu Burung pada tahun 2004. Dalam kejadian itu pada akhirnya menjadikan Bapak Kholid Mustofa meninggalkan karirnya pada industri peternakan. Karena adanya tuntutan ekonomi dan ketidak pastian pekerjaan mengantar Bapak Kholid Mustofa lebih fokus di kebun kakao dengan luas 750 m² milik keluarga yang sudah ditanami kakao sejak tahun 2000. Hal ini menjadi inspirasi awal dari terbentuknya Wisata Edukasi Kampung Coklat. Hasil panen kakao pertama kali dijual ke desa Sumber Pucung dengan harga Rp. 9.000,- /kg. harga tersebut menjadi motivasi beliau

berfikir, “yang tidak dieawat saja bisa laku segitu apalagi jika dirawat”. Akhirnya beliau memutuskan untuk lebih mendalami budidaya kakao dengan magang di PTPN XII Blitae dan Puslit Kota Jember.

Setelah mengikuti magang di PTPN XII Blitae 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. Coklar dengan kemurnian kakao dan cita rasa khas Indonesia. Pada tahun 2014 Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar berdiri dengan spirit membangun perekonomian Indonesia.

3. Lokasi Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar

Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar terletak di Jl. Bantenglorok 18, Desa Plosorejo, kecamatan Kademangan, Kabupaten Blitar. Dari arah kota Blitar ke selatan, setelah melewati jembatan kademangan aka nada pertigaan dengan petunjuk menuju ke lokasi. Hanya sekitar 3,5 kilometer pengunjung akan sampai pada lokasi Wisata Edukasi Kampung Coklat.

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 lezat di dunia.

4. Struktur Organisasi Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar

Tabel 4.1
Struktur Organisasi Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar

No.	Nama	Jabatan
1.	Samiyem	Komisaris
2.	Kholid Mustofa	Direktur Utama
3.	Mustakin	Direktur SDM
4.	Kamsun	Direktur Pengembangan
5.	Imam Bahrowi	Direktur Produksi
6.	Akhsin Al Fta	Direktur Operasional
7.	Edi Purwanto	Manajer Front Office
8.	Tri Sulistiowati	Manajer Keuangan
9.	Dessy Purwati	Manajer Edukasi
10.	Sherif	Manajer HRD
11.	Rizky Ariska	Manajer Distribusi
12.	Nurul	Staff Marketing
13.	Eva Nuraini	Office

Sumber: Data Kampung Coklat, 2020

Sementara itu, seluruh karyawan Wisata Edukasi Kampung Coklat berjumlah 300 orang lebih, dari jumlah tersebut terdapat karyawan yang bekerja tidak tetap, biasanya pekerjaannya adalah siswi SMA atau mahasiswa, mereka bekerja waktu libur sekolah maupun kuliah, gaji mereka tergantung berapa kali masuk kerja dalam satu bulan. Dari 300 karyawan tersebut terbagai menjadi berbagai tugas yaitu : bagian operasional, pelayanan, pengelolaan, makanan, pengamanan kebersihan dll.

B. Paparan Data

a. Pemaparan Tentang Strategi Wisata Edukasi Kampung Coklat dalam Melakukan Pengembangan Potensi Pariwisata untuk Menghadapi Persaingan Bisnis.

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 oleh Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar melalui pendekatan perencanaan yaitu strategi industri. Seperti yang dikatakan oleh Bapak Eka Sherief Hidayatulloh.

“Dalam melakukan strategi pengembangan pariwisata kami menggunakan pendekatan perencanaan guna mencapai tujuan dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Strategi pertama yaitu strategi industri, pada strategi industri ini kami sudah mempunyai pabrik sendiri untuk memproduksi produk olahan dari kakao untuk dijadikan coklat khas dari kampung coklat ini sendiri. Dan kami jugamempunyai produk eksklusif yang hanya bisa dibeli di kampung coklat ini sendiri, jadi setiap orang yang ingin membeli produk kami langsung menuju kampung coklat atau bisa melalui

*web site atau situs resmi dari kami. Tidak hanya itu kami juga 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 galeri. 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”.*⁶⁸

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 geti coklat. Coklat bubuk 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 galeri kampung coklat dengan harga jualnya lebih tinggi”.*⁶⁹

Berdasarkan 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 system bagi hasil untuk mengolah coklat dan kerajinan tangan yang dapat menciptakan nilai tambah yang ditaruh di galeri. Menyediakan outlet dengan berbagai olahan coklat baik itu makanan maupun minuman.

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

“Kami melakukan strategi destinasi dengan adanya wisata edukasi yang menonjolkan tempat wisata yaitu berupa pohon coklat mulai dari penanaman coklat sampai pengolahan coklat. Paket wisata edukasi ini didampingi oleh tim pemandu wisata yang sudah kami beri wawasan. Selain itu dari segi destinasi kita lebih menonjolkan keunikan dari Wisata Edukasi

⁶⁸Hasil wawancara dengan Bapak Eka Sherief Hidayatulloh (Manage HRD), tanggal 14 Maret 2020

⁶⁹Hasil wawancara dengan Bapak Sutrisno (Pemilik Usaha Kecil Menengah dari masyarakat sekitar), 14 Maret 2020.

Kampung Coklat ini seperti aksesoris kayu pada setiap bangunan yang ada di tempat wisata ini. Kami juga memfasilitasi terapi ikan-ikan kecil yang berguna untuk kesehatan, menyediakan wahana permainan untuk anak-anak, seperti kolam renang, cooking class, serta panggung hiburan, dan setiap hari Sabtu kita mengadakan pengajian untuk umum serta panggung hiburan yang diisi dengan Sholawatan. Disini juga menyediakan penginapan syariah bagi wisatawan yang ingin menyewa ruangan atau untuk mengadakan acara disini".⁷⁰

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 dimulai dengan penanaman pohon kakao, hingga pengolahan, sampai pengemasan. dan pada paket wisata edukasi di kampung coklat didampingi oleh pemandu Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar yang sudah diberi wawasan, sehingga dapat menyampaikan edukasi atau pembelajaran secara jelas dan mudah dipahami oleh wisatawan.

Selain itu beberapa pengunjung Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar juga memberikan alasan yang menjadikan mereka lebih memilih untuk berkunjung di Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar. Seperti yang dijelaskan oleh Ibu Ayu selaku wisatawan:

"Saya suka berkunjung kesini karena menurut saya di Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar ini memang sangat terjangkau, selain harga tiket masuk yang tergolong murah, kampung coklat ini cocok untuk semua kalangan. Dan yang paling saya suka yaitu tempat ini di desain sangat menarik dan unik, sehingga membuat pengunjung nyaman berekreasi di Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar."⁷¹

Dari penjelasan diatas menunjukkan bahwa wisatawan yang berkunjung ke kampung coklat sangat merasa nyaman, hal itu dikarenakan harga tiket masuk yang masih tergolong murah, wisata edukasi yang cocok untuk semua kalangan, dari

⁷⁰Hasil wawancara dengan Bapak Eka Sherief Hidayatulloh (Manajer HRD), tanggal 14 Maret 2020.

⁷¹ Hasil wawancara dengan Ibu Ayu (pengunjung Wisata Edukasi Kampung Coklat), tanggal 14 Maret 2020.

anak-anak hingga orang dewasa, dan Wisata Edukasi Kampung Coklat memiliki desain tempat yang menarik sehingga membuat para wisatawan merasa nyaman. Hal tersebut menunjukkan bahwa strategi destinasi yang dilakukan oleh pihak Wisata Edukasi Kampung Coklat cocok dengan selera wisatawan yang berkunjung.

Hal tersebut juga dijelaskan oleh Ibu Ida seorang wisatawan yang berkunjung ke Wisata Edukasi Kampung Coklat:

“Alasan saya mengapa saya lebih memilih berwisata disini karena, di Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar ini beda dari tempat wisata yang lain. Selain kita bisa berwisata, kita juga bias menambah wawasan atau pengetahuan yang baru, selain itu Wisata Edukasi Kampung Coklat ini adalah tempat wisata yang cocok untuk semua kalangan, baik untuk acara wisata sekolah, wisata keluarga, maupun wisata yang lainnya.”⁷²

Selanjutnya strategi dalam pengembangan potensi pariwisata yaitu strategi pemasaran. Seperti yang dikatakan oleh Bapak Eka Sherief Hidayatulloh:

“Strategi pemasaran yang kami lakukan dengan menetapkan target pasar Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar. Yang menjadi target pasar kami yaitu anak-anak hingga orangtua. Pada strategi pemasaran ini kami melakukan promosi melalui media social berupa website resmi Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar, Instagram, Facebook, dan juga Youtube. Sedangkan untuk memperkenalkan produk-produk yang ada di kampung coklat ini kami juga membuat e-commerce untuk menjual produk khas dari Wisata Edukasi Kampung Coklat itu sendiri.”⁷³

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 hingga orangtua. Kegiatan promosi yang dilakukan kampung coklat melalui media social seperti website resmi Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar sebagai bahan informasi wisatawan sebelum berkunjung, facebook, instagram, agar dikenal oleh masyarakat luas baik wisatawan

⁷² Hasil wawancara dengan Ibu Ida (Pengunjung Wisata Edukasi Kampung Coklat), tanggal 14 Maret 2020.

⁷³ Hasil wawancara dengan Bapak Eka Syerief Hidayatulloh (Manager HRD), Tanggal 14 Maret 2020.

lokal maupun wisatawan mancanegara. Selain itu juga menggunakan e-commerce dalam pemasaran produk-produk khas Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar untuk memudahkan pelanggan tanpa datang langsung ke tempat wisata.

Selain strategi industry, strategi destinasi, dan strategi pemaaranjuga ada strategi kelembagaan yang digunakan kampung coklat dalam pengembangan pariwisata. Seperti yang dikatakan oleh Bapak Syerief:

*“Strategi kelembagaan yang kami lakukan yaitu penguatan organisasi kelembagaan yang menjalin kerjasama dengan dinas untuk mengembangkan pengelolaan pariwisata. Penyusunan struktur organisasi yang telah sesuai dengan kemampuan karyawan, serta karyawan disini diberi pelatihan serta pengetahuan agar dalam menjalankan pekerjaannya dengan baik. Yang lebih kami utamakan yaitu, semua karyawan harus memiliki perilaku yang baik, dan ramah dalam melayani wisatawan”.*⁷⁴

Dari pemaparan diatas bahwa strategi yang digunakan pada Wisata Eduksi Kampung Coklat Blitar dalam pengembangan pariwisata yaitu strategi kelembagaab yang menjalin kerjaama dengan dinas untuk mengembangkan pengelolaan pariwisata. Menyusun struktur organisasi sesuai dengan kemampuan karyawan. Serta memberikan pelatihan dan pengetahuan serta arahan kepada seluruh karyawan agar dapat melaksanakan tugasnya dengan baik. Yang paling utama yaitu seluruh karyawan harus mempunyai sikap yang baik dan ramah dalam melayani wisatawan yang berkunjung di Wisata Edukasi Kampung Coklat.

b. Paparan tentang Faktor Pendukung dan Penghambat Strategi Wisata Edukasi

⁷⁴Hasil wawancara dengan Bapak Sherief (Manager HRD Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar), tanggal 14 Maret 2020

Kampung Coklat dalam Melakukan Pengembangan Potensi Pariwisata untuk Menghadapi Persaingan Bisnis.

Faktor pendukung pada pengembangan strategi Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar dalam menghadapi persaingan bisnis ini lumayan banyak. Seperti yang telah disampaikan oleh Bapak Sherief:

*“Faktor pendukung dalam pengembangan strategi Wisata Edukasi Kampung Coklat ini yang pertama yaitu, kita sudah memiliki prabrik coklat beserta alat-alatnya, jadi hal tersebut sangat mendukung proses produksi di kampung coklat itu sendiri. Sehingga kita juga bisa lebih mengembangkan produk-produk dan menambah inovasi atau varian coklat yang akan kita pasarkan dan untuk di pajang di galeri kampung coklat. Faktor pendukung yang kedua yaitu, kita sudah mendapatkan dukungan penuh dari pemerintah daerah serta dinas pariwisata di Kabupaten Blitar, sehingga kampung coklat ini sudah menjadi ikon di Kabupaten Blitar. Ketika ada pameran dimanapun tempatnya, kampung coklat selalu menjadi perwakilan dari Kabupaten Blitar untuk dipamerkan. Maka dari itu secara tidak langsung hal tersebut juga mempermudah kami dalam hal mempromosikan Wisata Edukasi Kampung Coklat ini kepada khalayak luas. Faktor pendukung yang ketiga yaitu, kami juga sudah mendapatkan dukungan penuh dari masyarakat sekitar. Karena masyarakat sekitarpun juga sudah menyadari karena adanya kampung coklat ini telah membantu perekonomian mereka. Maka dari itu masyarakat sekitar kampung coklat juga turut menjaga lingkungan demi lebih berkembangnya Wisata Edukasi Kampung Coklat itu sendiri. Faktor pendukung yang keempat yaitu kekompakan karyawan di Wisata Edukasi Kampung Coklat. karena mayoritas karyawan di kampung coklat ini adalah masyarakat sekitar, maka mereka juga kompak dalam hal pengembangan Wisata Edukasi Kampung Coklat itu sendiri”.*⁷⁵

Dari pemaparan diatas bahwa sangat banyak faktor pendukung dalam pengembangan strategi Wisata Edukasi Kampung Coklat antara lain yaitu faktor pendukung dalam menambah variasi atau inovasi produk coklat yang dihasilkan oleh kampung coklat itu sendiri yaitu sudah mempunyai pabrik dan alat-alat untuk pengolahan coklat. faktor pendukung selanjutnya yaitu sudah mendapatkan dukungan penuh dari pemerintah daerah serta dinas pariwisata sehingga kampung coklat sudah menjadi ikon dari Kabupaten Blitar. Selain itu kampung coklat juga mendapat

⁷⁵Hasil wawancara dengan Bapak Eka Sherief Hidayatullah (Manager HRD Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar). Tanggal 14 Maret 2020

dukungan penuh dari masyarakat sekitar, sehingga masyarakat sekitar turut menjaga lingkungannya untuk mendukung lebih berkembangnya Wisata Edukasi Kampung Coklat itu sendiri. Faktor pendukung lainnya yaitu kekompakan dari pihak karyawan yang bekerja di kampung coklat yang turut mendukung berkembangnya Wisata Edukasi Kampung Coklat.

Sedangkan faktor penghambat dalam melakukan pengembangan strategi Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar dalam menghadapi persaingan bisnis seerti yang disampaikan oleh Baak Sherief:

*“Kalau untuk faktor penghambat menurut saya ada, namun bagi kami bukanlah suatu masalah yang besar, antara lain yaitu Sumber Daya Manusia yang seadanya. Karena kami lebih memilih untuk mengutamakan merekrut karyawan dari masyarakat sekitar, jadi untuk karyawannya masih belum berpengalaman dan masih kurang berkompeten dan pendidikan terakhirnya mayoritas SMA sederajat. Namun sebelum masyarakat terjun sebagai karyawan untuk bekerja langsung, kami juga melakukan training untuk karyawan baru, kita lakukan pelatihan terlebih dahulu agar bisa bekerja lebih baik sesuai job disk nya masing-masing. Selain itu faktor penghambat yang lain yaitu banyak oknum-oknum yang kurang bertanggung jawab atas penyalahgunaan media social sebagai sarana untuk menjatuhkan kampung coklat, ya menurut saya itu juga pesaing kita. Namun kita teta berusaha untuk terus mengembangkan kampung coklat agar semakin bagus dan berkembang tanpa menjelekkkan oknum-oknum yang telah menjatuhkan kami”.*⁷⁶

Dari pemaparan diatas menjelaskan bahwa faktor yang menghambat perkembangan strategi Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar yaitu kurangnya sumber daya manusia yang berkompeten atau berkualitas. Karena kampung coklat lebih memilih untuk mengutamakan mempekerjakan masyarakat sekitar dari pada merekrut karyawan dari luar daerah, dan mayoritas karyawan di kampung coklat dari lulusan SMA sederajat. Sehingga dapat dikatakan kurang optimal dalam melayani wisatawan. Namun dari pihak kampung coklat sebelum mempekerjakan karyawan baru memberikan pelatihan agar bisa berkerja dengan lebih baik sesuai tugas masing-

⁷⁶Hasil wawancara dengan Bapak Eka Sherief Hidayatullah (Manager HRD), tanggal 14 Maret 2020

masing. Selain itu juga ada faktor penghambat yang lain yaitu penyalahgunaan media sosial dari pesaing bisnis yang bertujuan untuk menjatuhkan kampung coklat. Namun pihak kampung coklat tetap berupaya untuk meningkatkan dan mengembangkan Wisata Edukasi Kampung Coklat agar lebih bagus lagi.

c. Paparan Tentang Dampak Perekonomian Masyarakat Sekitar dengan Adanya Wisata Edukasi Kampung Coklat.

Dengan adanya Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar sudah pasti ada dampak yang ditimbulkan oleh Wisata Edukasi Kampung Coklat terhadap masyarakat sekitar terutama pada perekonomiannya. Seperti yang telah disampaikan oleh Bapak Sherief:

*“Kalau berbicara tentang dampak adanya kampung coklat terhadap perekonomian masyarakat sekitar itu sangat banyak sekali. Seperti contoh disepanjang jalan menuju kesini banyak sekali masyarakat yang berjualan seperti makanan, minuman, pusat oleh-oleh dan masih banyak yang lainnya. Selain itu dengan adanya kampung coklat ini banyak masyarakat yang memanfaatkan lahan rumahnya untuk membuka tempat parkir yang sudah sepakat kami setarakan untuk tarif masing-masing tempat parkirnya. Ada lagi dampak terhadap perekonomian masyarakat yang lainnya yaitu kita menarik UMKM dari masyarakat untuk bekerja sama dengan kami, dengan cara menarik produk yang dihasilkan oleh UMKM tersebut untuk kami pasarkan dan dipamerkan di Kampung Coklat ini, dengan syarat harus menambah produk tersebut dengan aksen coklat agar menjadi oleh-oleh khas dari Wisata Edukasi Kampung Coklat itu sendiri. Kerja sama yang kami lakukan dengan pihak UMKM tersebut dengan system bagi hasil. Dengan adanya kerjasama tersebut masyarakat merasa terbantu untuk pemasaran produk yang telah dihasilkan. Selain itu dengan adanya kampung coklat dapat membuka laangan pekerjaan baru yang mengutamakan masyarakat sekitar untuk bekerja disini. Secara tidak langsung mampu meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar”.*⁷⁷

Hal ini juga diungkapkan oleh Bapak Alex selaku masyarakat yang memiliki UMKM dengan produk geti coklat beserta menjadi tukang parkir di sekitar Wisata Edukasi Kampung Coklat:

⁷⁷Hasil wawancara dengan Bapak Eka Sherief Hidayatulloh (Manager HRD), tanggal 14 Maret 2020

*“Sejak adanya kampung coklat ini memang sangat membantu perekonomian khususnya bagi masyarakat sekitar termasuk saya sendiri, karena saya sendiri juga merasakan dampaknya. Awalnya saya produksi geti rumahan, lalu saya ditawarkan oleh salah satu pengelola kampung coklat untuk bekerjasama tetapi dengan syarat produk yang saya hasilkan harus berbau coklat, akhirnya saya membuat olahan geti coklat. saya membeli bubuk coklat dari kampung coklat dan saya olah menjadi geti coklat. Selanjutnya geti saya di pasarkan di kampung coklat dan menjadi jajanan khas kampung coklat. hasil dari penjualan geti saya lumayan banyak. Selain geti tersebut saya juga memanfaatkan lahan rumah saya menjadi tempat parkir, perharinya jika hari biasa penghasilam minimum parkir berkisar antara Rp. 100.000,00 sampai Rp. 200.000,00. Jika weekend atau hari libur bisa sampai Rp. 1.000.000,00 sampai dengan Rp. 1.500.000 itu karena kampung coklat buka sampai jam 19.00 malam. Penghasilan tersebut menjadi bukti bahwa dengan adanya Wisata Edukasi Kampung Coklat sangat membantu meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar, khususnya saya sendiri”.*⁷⁸

Berikutnya wawancara dengan masyarakat sekitar Bapak imam selaku masyarakat mengenai peran obyek Wisata Edukasi Kampung Coklat dalam upaya meningkatkan pendapatan masyarakat dan kesempatan kerja, beliau mengatakan :

*“Menurut saya, perannya terhadap kesempatan kerja dan pendapatan masyarakat sangat banyak sekali. ya karena saya lihat mayoritas masyarakat di desa plosorejo itu semua bekerja di dalam wisata tersebut. terbukti dengan pemuda-pemuda yang awalnya menganggur saat ini juga bekerja diwisata ini, ada yang sebagai security, petugas kebersihan, pemeliharaan tanaman dan lain-lain. Dengan adanya wisata ini menjadikan pendapatan ekonomi masyarakat mengalami peningkatan setiap bulannya.”*⁷⁹

Dari pemaparan diatas menjelaskan bahwa Sektor Wisata Edukasi Kampung Coklat ini dapat dikatakan memiliki peran yang sangat tinggi bagi peningkatan perekonomian masyarakat dan kesempatan kerja. Rata-rata masyarakat sekitar loka obyek Wisata Edukasi Kampung Coklat melakukan kegiatan ekonomi di wisata ini, seperti menjadi karyawan wisata, membuka bisnis baik di dalam obyek wisata maupun diluar sekitar obyek wisata. Dan juga membantu masyarakat untuk memanfaatkan lahannya untuk dijadikan tempat parkir pengunjung.

⁷⁸ Hasil wawancara dengan Bapak Alex (masyarakat sekaligus pemilik UMKM Mitra Kampung Coklat), tanggal 17 Maret 2020

⁷⁹ Wawancara dengan Bapak imam (*Tukang Parkir, Masyarakat*) Pada tanggal 17 Maret 2020.

Selain membawa dampak positif, ternyata pengembangan Wisata Edukasi Kampung Coklat juga membawa dampak negatif bagi perekonomian masyarakat, yaitu adanya pergeseran mata pencaharian masyarakat. Hal ini disampaikan oleh Bapak Alex:

“Kalau dampak negatifnya mungkin karena banyak yang semula dari petani kemudian beralih menjadi karyawan wisata membuat rasa kebersamaannya itu kurang dulu biasanya pas waktu tanam ataupun panen kan banyak itu sesama petani saling menolong untuk lebih mempercepat panen sama tanamnya selesai, kalau sekarang yang menjadi karyawan wisata itu kurang ya karena di industri wisata mereka kan gimana ya kalau kamu cepat hasilnya juga banyak jadi tidak memikirkan teman yang lainnya gitu.”⁸⁰

Sesuai dengan apa yang diungkapkan Bapak Imam selaku masyarakat sekitar Wisata Edukasi Kampung Coklat:

“Adanya wisata ini kan membuat banyak yang bekerja di sini dan tidak lagi di sawah, negatifnya nanti kalau lama-lama anak muda ga ada yang mau tani kan juga susah nanti.”⁸¹

C. Temuan Penelitian

Setelah melakukan pengamatan dan penelitian pada manajer HRD, Pengunjung dan Masyarakat sekitar Wisata Edukasi Kampung Coklat. Peneliti akan menganalisis data dari hasil pengamatannya sebagai berikut:

1. Strategi Pengembangan Wisata Edukasi Kampung Coklat dalam Menghadapi Persaingan Bisnis

Dari penjelasan diatas dapat diketahui bahwa dalam melakukan strategi pengembangan pariwisata, pihak kampung coklat menggunakan pendekatan perencanaan guna mencapai tujuan jangka panjang maupun jangka pendek. Strategi tersebut yaitu (1) Strategi Industri, (2) Strategi Destinasi, (3) Strategi

⁸⁰ Wawancara dengan Bapak Alex selaku masyarakat dan Pemilik UKM Pada Tanggal 20 Maret 2020.

⁸¹ Wawancara dengan Bapak Imam selaku masyarakat sekitar Pada Tanggal 20 Maret 2020.

Pemasaran, (4) Strategi Kelembagaan. Pada strategi yang pertama yaitu strategi industri, Wisata Edukasi Kampung Coklat sudah mempunyai pabrik sendiri yang digunakan untuk mengolah buah kakao menjadi coklat. Seberti coklat bubuk, coklat batang, coklat pasta, permen coklat dan masih banyak lagi. Dengan adanya pabrik tersebut kampung coklat dapat mengembangkan variasi produk coklat untuk dipasarkan kepada pengunjung Wisata Edukasi Kampung Coklat.

Selain itu, kampung coklat juga mempunyai produk yang eksklusif dan hanya bisa di beli di Wisata Edukasi Kampung Coklat, atau juga bisa melalui web site resmi kampung coklat. Pada strategi industri yang selanjutnya yaitu, pihak kampung coklat menarik masyarakat yang memiliki UKM (Usaha Kecil Menengah) untuk dijadikan mitra di Wisata Edukasi Kampung Coklat. Produk yang dihasilkan oleh UKM tersebut dapat dipamerkan di galeri Wisata Edukasi Kampung Coklat sebagai oleh-oleh untuk para wisatawan. Namun dengan syarat produk yang dihasilkan oleh pemilik UKM tersebut harus dikolaborasikan atau di tambah dengan unsur coklat. Sehingga dapat menjadi oleh-oleh khas Wisata Edukasi Kampung Coklat.

Strategi selanjutnya yaitu strategi destinasi , pada strategi destinasi yang dilakukan oleh pihak kampung coklat yaitu dengan adanya banyak pohon kakao, dimana pengunjung mendapatkan pembelajaran mulai dari pembibitan pohon kakao, penanaman, sampai dengan pengolahan buah kakao menjadi produk coklat yang sudah jadi. Strategi destinasi yang kedua yaitu dengan menyediakan paket wisata edukasi. Dimana paket wisata edukasi tersebut akan didampingi oleh tim pemandu wisata yang sudah diberikan pelatihan, serta wawasan dan pengetahuan untuk menyampaikan materi kepada wisatawan yang mengabil wisata edukasi agar lebih jelas dan mudah dipahami. Selain itu strategi destinasi

yang diterapkan oleh pihak Wisata Edukasi Kampung Coklat yaitu menonjolkan keunikan tempat wisata dengan menggunakan aksesoris kayu pada setiap bangunannya, dan juga terdapat kolam ikan koi. Hal ini bertujuan untuk menjadikan suasana Wisata Edukasi Kampung Coklat menjadi asri, sehingga wisatawan yang berkunjung merasa nyaman untuk berwisata.

Wisata edukasi kampung coklat juga menggunakan strategi pemasaran, dimana dalam strategi pemasaran tersebut kampung coklat menggunakan media sosial untuk mempromosikan ke jaringan yang lebih luas untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Media sosial yang digunakan yaitu *website*, *instagram*, *facebook*, dan *whatsapp*. Dengan adanya strategi tersebut menjadikan jumlah pengunjung di wisata edukasi coklat meningkat dibandingkan sebelum menggunakan media sosial tersebut.

Selain strategi yang ditujukan untuk pengunjung, wisata edukasi kampung coklat menerapkan strategi kelembagaan yang ditujukan untuk sumber daya manusia (SDM) pengelola yakni dengan mengikuti pembinaan secara langsung, BIMTEK dan pelatihan yang diberikan oleh pimpinan dalam kemajuan wisata edukasi kampung coklat.

2. Faktor Pendukung dan Penghambat dalam Melakukan Pengembangan Strategi Wisata Edukasi Kampung Coklat

Dalam setiap strategi pastinya ada faktor-faktor yang menjadi pendukung dan juga penghambat dalam terlaksananya strategi tersebut. Beberapa faktor yang menjadi pendorong diantaranya adalah:

- a. Menambah variasi atau inovasi produk coklat yang dihasilkan oleh kampung coklat itu sendiri yaitu sudah mempunyai pabrik dan alat-alat untuk pengolahan coklat.

- b. Mendapatkan dukungan penuh dari pemerintah daerah serta dinas pariwisata sehingga kampung coklat sudah menjadi ikon dari Kabupaten Blitar.
- c. Mendapat dukungan penuh dari masyarakat sekitar, sehingga masyarakat sekitar turut menjaga lingkungannya untuk mendukung lebih berkembangnya Wisata Edukasi Kampung Coklat itu sendiri.
- d. Kekompakan dari pihak karyawan yang bekerja di kampung coklat yang turut mendukung berkembangnya Wisata Edukasi Kampung Coklat.

Faktor yang menjadi penghambat terlakannya strategi dalam pengembangan Wisata Edukasi Kampung Coklat, yaitu:

- a. kurangnya sumber daya manusia yang berkompeten atau berkualitas. Hal ini dikarenakan kampung coklat lebih memilih untuk mengutamakan mempekerjakan masyarakat sekitar dari pada merekrut karyawan dari luar daerah, dan mayoritas karyawan di kampung coklat dari lulusan SMA sederajat. Sehingga dapat dikatakan kurang optimal dalam melayani wisatawan. Namun dari pihak kampung coklat sebelum mempekerjakan karyawan baru memberikan pelatihan agar bisa berkerja dengan lebih baik sesuai tugas masing-masing.
- b. penyalahgunaan media sosial dari pesaing bisnis yang bertujuan untuk menjatuhkan kampung coklat. Namun pihak kampung coklat tetap berupaya untuk meningkatkan dan mengembangkannya Wisata Edukasi Kampung Coklat agar lebih bagus lagi.

3. Dampak Perekonomian bagi Masyarakat Sekitar Wisata Edukasi Kampung Coklat

Berdasarkan hasil wawancara diperoleh bahwa sebelum adanya Wisata Edukasi Kampung Coklat masyarakat sekitar mayoritas bekerja sebagai petani.

Mereka memilih menjadi petani karena tanah yang ada di sekitar mereka merupakan tanah yang subur dan biasanya karena mendapat peninggalan tanah dari orang-orang terdahulu sehingga akan terus berkelanjutan dalam mengolah tanah persawahan tersebut. Belum adanya sektor industri yang besar juga menjadi faktor utama sektor pertanian menjadi pilihan utama dalam mencari nafkah. Setelah adanya Wisata Edukasi Kampung Coklat, mereka secara langsung dan positif turut mempengaruhi pergeseran mata pencaharian mereka, namun tidak sepenuhnya mempengaruhi masyarakat karena mereka tetap dapat menjalankan pertanian mereka.

Fokus pencarian nafkah tidak hanya bergantung pada pertanian dan perkebunan saja, pendirian wisata tersebut mampu membuat masyarakat untuk berpindah jenis pekerjaan mereka yang semula di sektor pertanian menjadi sektor industri dengan menjadi karyawan wisata tersebut. Dampak positif dari adanya pengembangan Wisata Edukasi Kampung Coklat adalah peningkatan perekonomian masyarakat dan kesempatan kerja. Rata-rata masyarakat sekitar loka obyek Wisata Edukasi Kampung Coklat melakukan kegiatan ekonomi di wisata ini, seperti menjadi karyawan wisata, membuka bisnis baik di dalam obyek wisata maupun diluar sekitar obyek wisata. Dan juga membantu masyarakat untuk memanfaatkan lahannya untuk dijadikan tempat parkir pengunjung.

Adapun dampak negatifnya yaitu adanya pergeseran mata pencaharian yang membuat minat masyarakat untuk bertani akan semakin berkurang apabila tidak ditangani dengan serius maka dengan adanya pembangunan industri-industri yang terus berkembang nantinya akan menggantikan sektor pertanian yang awalnya menjadi unggulan dalam pencarian nafkah masyarakat sekitar.