

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Paparan Data**

##### **1. Sejarah Wisata Edukasi Kampung Coklat**

Kampung Coklat lahir dari sebuah tekanan keadaan, berawal dari kegagalan usaha peternakan ayam petelur milik Bapak Kholid Mustofa yang terjangkit virus Flu Burung pada tahun 2004. Karena tuntutan ekonomi dan tidak adanya pekerjaan, akhirnya menumbuhkan keberanian Bapak Kholid untuk banting stir memulai usaha baru. Usaha barunya ini adalah merawat kebun milik keluarga seluas 750 m<sup>2</sup> yang telah ditanami pohon kakao sejak tahun 2000. Langkah awal usahanya ini dimulai dengan memanen buahnya, dijemur bijinya dan dijual ke tengkulak Sumberpucung Malang dengan harga Rp 9.000/kg.

Berangkat dari sinilah terbesit dalam pemikiran beliau bahwa pohon kakao yang belum dirawat dengan benar saja mampu dijual dengan harga yang bagus, apalagi kalau dikelola dengan tekun. Dari pemikiran inilah yang menjadi inspirasi beliau untuk mendalami budi daya kakao. Akhirnya pada tahun 2005 dengan modal tekad dan demi mewujudkan niatnya tersebut, Bapak Kholid mulai menimba ilmu dengan mengikuti magang di PTPN XII Penataran, Nglegok, Blitar dan di Pusat Penelitian Kopi dan Kakao Indonesia Jember. Disanalah beliau mendalami teknik budi daya kakao dengan benar.

Setelah pulang dari Jember, beliau membuat bibit kakao sebanyak 75.000 pohon yang diharapkan dapat menjadi salah satu cara untuk mensosialisasikan

kakao kepada masyarakat sekitar. Akan tetapi respon masyarakat pada saat itu masih rendah, sehingga bibit kakao tersebut diberikan secara cuma-cuma kepada petani dan kemudian ditanam di area perhutani melalui Lembaga Masyarakat di Kawasan Hutan. Pada pertengahan 2005 Bapak Kholid membentuk kelompok tani Guyub Santoso yang terdiri dari 21 orang dan di akhir tahun berkembang menjadi Gabungan Kelompok Tani (Gapoktan). Melalui Gapoktan, Bapak Kholid mampu mengetahui harga biji kakao yang ada di pergudangan Tanjung Perak, Surabaya yang ternyata lebih tinggi yaitu sebesar Rp 16.000/kg. Selisih harga yang cukup besar antara harga di tengkulak Sumperpucung dan di pergudangan. Hal inilah yang membuat Bapak Kholid semakin optimis untuk dapat menjadi pemasok biji kakao di pabrik olahan. Pada tahun 2007, Gapoktan dipercaya untuk memasok biji kakao sebesar 3,2 ton hingga berkembang menjadi 300 ton per bulan.

Tidak puas disitu, beliau berambisi untuk mengolah biji kakao menjadi coklat. Langkah pertama yang ditempuh adalah melakukan studi banding dengan mengunjungi pabrik coklat Monggo, Ceres dan SilverQueen. Di tahun 2013, Gapoktan melakukan kerja sama dengan para ahli coklat di Blitar. Upaya ini mendapatkan dukungan dari pemerintah yang memberikan bantuan mesin pengolahan coklat. Produk hasil olahan coklat Gapoktan ini di beri nama GuSant yang sempat dipasarkan di bandara Surabaya, Solo, dan Jogja. Namun, karena penjualan coklat di bandara tersebut belum memuaskan, akhirnya produksi coklat GuSant diberhentikan. Berangkat dari kegagalan inilah yang mengubah orientasi usaha dari produk menjadi wisata edukasi. Dengan demikian lahirlah wisata edukasi Kampung Coklat.

Kampung Coklat resmi berdiri pada tahun 2014 dengan harapan dapat memberi pengetahuan kepada masyarakat tentang budi daya tanaman kakao hingga pengolahan coklat. Sejak berdiri hingga saat ini Kampung Coklat tidak pernah sepi pengunjung, terbukti jumlah pengunjung mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Saat ini Kampung Coklat berada di bawah lembaga KSU Guyub Santoso, CV Guyub Santoso dan UD Guyub Santoso. Semua lembaga hukum tersebut berperan sebagai penggerak pemasaran biji kakao, baik di tingkat regional, nasional ataupun ekspor. Prinsip yang diembannya adalah Sukses Petani, Sukses Gapoktan, Masyarakat Sejahtera.

## **2. Visi Misi Wisata Edukasi Kampung Coklat**

Visi dan misi dari wisata edukasi Kampung Coklat adalah sebagai berikut:

- a. Visi
  - 1) Membangun masyarakat sejahtera 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.<sup>105</sup>

---

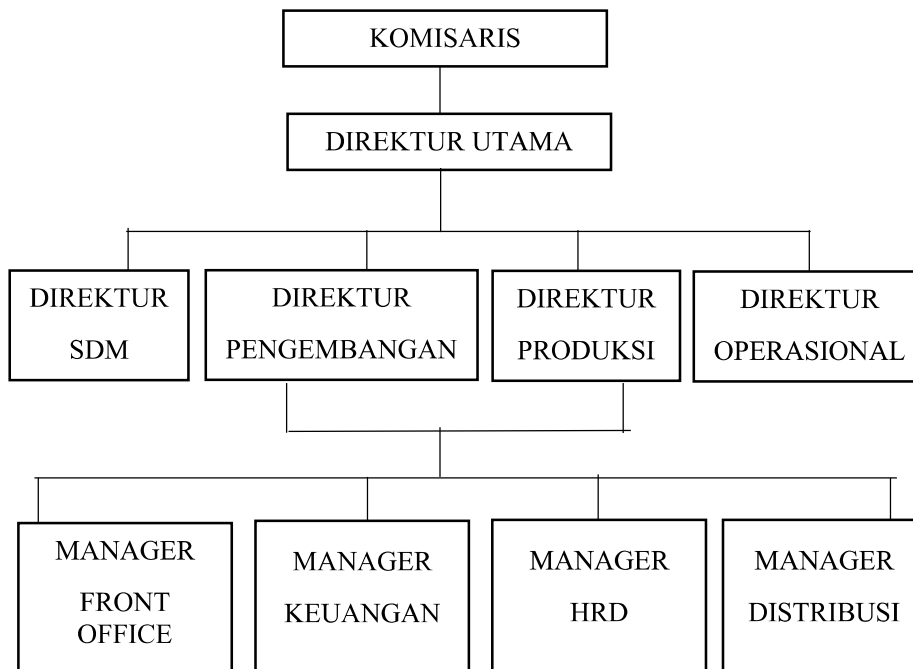
<sup>105</sup> Data yang diberikan oleh Staff Kampung Coklat Secara Online pada 18 April 2021

### 3. Struktur Organisasi

Struktur organisasi wisata edukasi Kampung Coklat adalah sebagai berikut:<sup>106</sup>

**Gambar 4.1**

**Struktur Organisasi Wisata Edukasi Kampung Coklat**



Adapun nama dan jabatan pengurus wisata edukasi Kampung Coklat yaitu sebagai berikut:

**Tabel 4.1**

**Nama dan Jabatan Pengurus Wisata Edukasi Kampung Coklat**

No.	Nama	Jabatan
1.	Samiyem	Komisaris
2.	Kholid Mustofa	Direktur Utama

<sup>106</sup> Hasil wawancara dengan Mbak Eva selaku bagian Operasional pada tanggal 18 April 2021, pukul 08.58 WIB.



3.	Mustakim	Direktur SDM
4.	Kamsun	Direktur Pengembangan
5.	Imam Bahrowi	Direktur Produksi
6.	Akhsin Al-Fata	Direktur Operasional
7.	Edi Purwanto	Manager Front Office
8.	Tri Sulistiowati	Manager Keuangan
9.	Eka Sherief Hidayatullah	Manager HRD
10.	Rizky Ariska	Manager Distribusi

Sumber: Profil Wisata Edukasi Kampung Coklat

#### 4. Lokasi Wisata Edukasi Kampung Coklat

Kampung Coklat merupakan salah satu objek wisata yang ada di Kabupaten Blitar yang letaknya tidak jauh dari pusat Kota. Lokasi wisata edukasi Kampung Coklat berada di Jl. Banteng Blorok 18, Desa Plosorejo, Kecamatan Kademangan, Kabupaten Blitar.

#### 5. Fasilitas Wisata Edukasi Kampung Coklat

Fasilitas menjadi salah satu daya tarik bagi konsumen untuk berkunjung ke sebuah objek wisata. Berikut ini terdapat berbagai fasilitas yang yang dapat dinikmati oleh pengunjung di wisata edukasi Kampung Coklat, antara lain:

a) *Lorong*

Di sebelah barat atau sebelum pintu keluar, pengunjung akan disuguhi tulisan di dinding-dinding lorong tentang cerita bagaimana coklat itu tiba di Indonesia sampai dengan awal berdirinya wisata edukasi Kampung Coklat.

b) *Lounge*

Salah satu tempat yang sering disebut sebagai kafe *outdoor*. Tempat ini sangat cocok sebagai pilihan pengunjung untuk bersantai, dimana tempat ini menyediakan

banyak kursi di bawah pohon kakao yang rindang untuk mendedahkan suasana, serta pengunjung dapat menikmati makanan dan minuman coklat serta berbagai produk olahan yang tersedia.

c) *Garage*

Disini, pengunjung bisa menjumpai berbagai barang antik seperti motor dan mobil antik. Sebagian pengunjung memilih tempat ini untuk mengabadikan momen dengan berfoto.

d) *Cooking Class*

*Cooking class* diperuntukkan bagi pengunjung yang ingin belajar memasak dan menghias coklat sesuai selernya. Aktivitas ini sangat menyenangkan karena selain bermain, *cooking class* juga bisa menjadi metode belajar yang menarik dan tidak membosankan.

e) Terapi Ikan

Salah satu tempat yang menjadi favorit pengunjung adalah terapi ikan. Disini pengunjung hanya perlu duduk dan mencelupkan kakinya ke dalam kolam yang berisi ikan. Sensasi geli digigit ikan akan sebanding dengan manfaatnya, salah satunya dapat melancarkan sirkulasi darah.

f) Wahana Bermain

Wahana ini menyediakan berbagai permainan untuk anak-anak seperti kereta kelinci, mobil-mobilan, *trampoline*, istana balon, dan perahu gayung.

g) Galeri Coklat

Tempat ini menyediakan dan menjual berbagai produk olahan khas Kampung Coklat seperti brownies, coklat aneka rasa dan bentuk, keripik pisang coklat, dodol

coklat, dan masih banyak lagi. Tidak hanya itu disini juga menjual souvenir seperti tas, mug, hingga baju yang bisa dijadikan oleh-oleh.

h) Bale Coklat

Merupakan ruang serba guna yang sering dijadikan sebagai ruangan untuk mengadakan acara seperti pernikahan, *gathering*, *meeting* dan acara-acara lainnya. Setiap hari libur ruang ini biasanya digunakan untuk *live music*.

i) Pulo Coklat

Merupakan sebuah pulau buatan yang dikelilingi oleh air. Di pulo coklat ini pengunjung juga bisa memesan dan menikmati makanan dari *foodcourt* yang ada disebelahnya.

j) Warung Prasmanan

Tempat ini menyediakan makanan khas Jawa dengan harga yang sangat murah. Disini pengunjung bisa memilih makanan yang mereka inginkan.

k) Studio Mini

Studio mini merupakan tempat untuk menayangkan film dokumenter sejarah coklat di dunia serta sejarah berdirinya wisata edukasi Kampung Coklat.

l) Musholla

Bagi pengunjung yang beragama Islam, Kampung Coklat juga menyediakan musholla yang bersih dan nyaman yang dilengkapi dengan mukena dan juga sarung.

## **6. Produk Olahan Wisata Edukasi Kampung Coklat**

Berbagai produk olahan yang dihasilkan di wisata edukasi Kampung Coklat tidak terlepas dari peran Gapoktan Guyub Santoso yang terus melakukan inovasi, terutama dalam pengembangan varian rasa. Saat ini terdapat 14 varian rasa

diantaranya: coklat milk, coklat original, coklat krispy, white coklat, coklat orange, coklat apel, coklat strawberry, coklat dark 67%, coklat dark 80%, coklat dark 90%, coklat dark 100%, coklat kopi, coklat jahe dan coklat kacang hijau.

Selain coklat batangan, Kampung Coklat juga menyuguhkan beberapa macam produk olahan yang berbahan dasar coklat hasil kerjasama dengan puluhan UKM di Blitar. Produk-produk tersebut sangat beragam mulai dari cookies, brownies, geti, dodol, berbagai keripik dan jajanan khas nusantara dengan rasa coklat. Semua produk tersebut tersusun rapi di gallery coklat, dimana pengunjung bisa dengan mudah mencari dan membelinya.

### **7. Program Wisata Edukasi Kampung Coklat**

Kampung Coklat dikenal dengan wisata edukasinya. Wisata edukasi merupakan konsep wisata yang menerapkan pendidikan nonformal tentang suatu pengetahuan kepada wisatawan yang berkunjung ke objek wisata tersebut. Di Kampung Coklat, selain berwisata pengunjung juga bisa belajar dengan metode yang menyenangkan. Hal tersebut juga didukung dengan program edukasi bagi pelajar dan program religi di hari Sabtu pagi ada pengajian rutin, yang membuat pengunjung semakin tertarik untuk berkunjung ke Kampung Coklat. Program-program yang diadakan tersebut merupakan bentuk pengembangan wisata edukasi Kampung Coklat.

Di Kampung Coklat, pengunjung juga bisa memilih beberapa paket wisata dengan dilengkapi beberapa fasilitas yang memadai. Paket wisata tersebut antara lain:<sup>107</sup>

---

<sup>107</sup> Data yang diberikan oleh Staff Kampung Coklat pada 18 April 2021

## a) Paket edukasi PAUD &amp; TK

Harga : @Rp 25.000

Fasilitas : - Tiket masuk

- *Guide*
- *Field trip* (Pembibitan, pengenalan buah kakao, penjemuran)
- Mencetak coklat (Hasil dibawa pulang)
- Snack opak gambir berbalut coklat
- Minuman coklat
- Sertifikat

## b) Paket edukasi SD &amp; SMP

Harga : @ Rp 30.000

Fasilitas : - Tiket masuk

- *Guide*
- *Field trip* (Praktik menanam, pengenalan pohon kakao, perawatan, pecah buah kakao, penjemuran)
- Mencetak coklat (Hasil dibawa pulang)
- Snack sate buah berbalut coklat
- Minuman coklat
- Sertifikat

## c) Paket edukasi SMA &amp; Mahasiswa

Harga : @Rp 40.000

Fasilitas : - Tiket masuk

- *Guide*

- *Field trip* (Mulai pembibitan hingga menjadi coklat siap konsumsi)
- Snack sate buah berbalut coklat
- Minuman coklat
- Sharing tanya jawab
- Bibit kakao siap tanam
- Sertifikat

d) Paket edukasi Observasi (Umum)

Harga : @Rp 27.000

Fasilitas : - Tiket masuk

- Pemandu
- *Field trip* (Pengenalan area Kampung Coklat)
- Menghias coklat
- Minuman coklat

Semua program wisata edukasi disesuaikan dengan kebutuhan. Program wisata edukasi Kampung Coklat ini dimulai dari jenjang paling kecil yaitu PAUD sampai jenjang paling tinggi yaitu Mahasiswa. Untuk anak PAUD dan TK, pihak pengelola menambahkan beberapa permainan, supaya metode belajar yang disampaikan dapat menarik dan tidak membosankan. Sedangkan untuk jenjang selanjutnya yaitu SD dan SMP diajak terjun langsung ke pembibitan, dari mulai proses menanam, merawat, memanen, memecah buahnya hingga penjemuran bijinya. Adapun untuk SMA dan Mahasiswa mereka diajak ke kebun, diberikan materi untuk belajar analisis bisnis.

## **B. Temuan Penelitian**

### **1. Konsep Strategi Pemasaran Wisata Edukasi Kampung Coklat dalam Perspektif Etika Bisnis Islam**

Setiap organisasi bisnis pasti memiliki strategi pemasarannya masing-masing, tidak terkecuali di wisata edukasi Kampung Coklat. Strategi pemasaran yang diterapkan di wisata edukasi Kampung Coklat menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terdiri dari 7P yaitu *product* (produk), *price* (harga), *promotion* (promosi), *place* (tempat), *promotion* (promosi), *people* (orang), *physical evidence* (bukti fisik) dan *process* (proses). Untuk lebih jelasnya, strategi pemasaran yang diterapkan oleh pengelola wisata edukasi Kampung Coklat ditinjau dari etika bisnis Islam yaitu sebagai berikut:

#### **a) Produk**

Wisata edukasi Kampung Coklat awalnya dibangun sebagai strategi bisnis untuk mengatasi kegagalan pemasaran produk coklat GuSant. Wisata ini dibangun untuk mendatangkan pengunjung yang notabennya adalah calon konsumen, agar bisa melihat dan mengenal dari dekat proses budi daya dan pengolahan coklat, hingga dapat mengonsumsi produk olahan coklat tersebut.

Berdirinya Kampung Coklat ini sekaligus ingin mengubah pemikiran masyarakat tentang rasa coklat yang enak adalah coklat yang manis dan berbau serba *swiss*. Seperti yang dijelaskan oleh Bapak Sherief berikut ini:

“Kampung Coklat ini berupaya mengubah persepsi orang yang mengatakan bahwa coklat itu manis. Padahal aslinya coklat itu kan pahit, yang manis itu gula dan susunya. Kita ada dark 67%, 80%, 90%, sampai 100% itu untuk kadar kepahitannya. Yang dark 100% itu murni coklat tanpa ada campuran gula dan susu, dan itu coklat yang baik untuk kesehatan. Kalau orang takut makan coklat karena gemuk, justru makan coklat yang pahit itu untuk diet.

Kalau di Kampung Coklat yang menjadi favorit adalah coklat dark 67%, karena manisnya pas tidak terlalu manis dan tidak pahit.”<sup>108</sup>

Kampung Coklat hadir untuk memberikan cita rasa khas coklat yang disesuaikan dengan lidah orang Indonesia. Untuk mempertahankan daya saing, strategi yang dilakukan Kampung Coklat adalah dengan menjaga eksklusivitas dari produknya.

“Orang mau produk kita ya harus datang ke Kampung Coklat, mereka tidak bisa membeli di tempat lain. Tujuannya untuk menaikkan kunjungan wisata dan menjaga eksklusivitas itu tadi. Kalau dari segi kualitas, kita juga sudah jamin legalitasnya. Dari segi desain, kemasannya sudah khas banget. Bahkan jika namanya dihilangkan, namun dengan kemasan yang tetap, orang pasti akan kenal kalau itu produknya Kampung Coklat.”<sup>109</sup>

Selain itu, untuk menjamin bahwa produk yang ditawarkan halal, maka Kampung Coklat melengkapi semua sertifikasinya. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Bapak Sherief berikut ini:

“Karena produk kita ini adalah makanan, untuk memenuhi syarat produk aman maka semua perizinan sudah kita dapat. Pada setiap tahapannya kita memiliki *quality control* untuk produk coklat itu sendiri. Dari kurang lebih sekitar 53 subvarian yang kita daftarkan, 60% nya sudah mendapatkan izin BPOM. SNI coklat itu kita juga dapat pertama kali di Indonesia. Bahkan untuk meningkatkan standarisasi produk, saat ini kita lagi proses ISO dan HACCP.”<sup>110</sup>

Dari hasil wawancara dengan Bapak Sherief dapat diuraikan bahwa kualitas produk harus selalu diperhatikan, seperti pemilihan bahan-bahan yang digunakan sebagai komposisi produk. Bahan yang bagus, akan menghasilkan produk yang bagus pula, begitupun sebaliknya. Selain kualitas, dari segi kemasan juga

---

<sup>108</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Sherief selaku Manager HRD pada tanggal 12 April 2021, pukul 11.20 WIB.

<sup>109</sup> *Ibid.*,

<sup>110</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Sherief selaku Manager HRD pada tanggal 12 April 2021, pukul 11.22 WIB.



diperhatikan. Kemasan yang bagus dan unik menjadi salah satu daya tarik bagi calon pembelinya. Tidak hanya itu, legalitas produk juga sangat diperlukan untuk memenuhi syarat usaha dan meningkatkan daya beli konsumen. Konsumen percaya, adanya legalitas menyatakan bahwa produk tersebut halal dan aman untuk dikonsumsi.

Dalam memasarkan suatu produk, juga harus dilandasi dengan etika. Oleh sebab itu, dalam pemasarannya Kampung Coklat juga mengedepankan sikap kejujuran, tanpa menyembunyikan kecacatan terhadap kondisi barang yang sesungguhnya. Kejujuran harus diterapkan kepada siapa saja, dimana saja, dan kapan saja.

**b) Harga**

Harga tiket masuk di objek wisata edukasi Kampung Coklat ini sangat terjangkau. Untuk dapat menikmati wahana dan fasilitas yang ada, pengunjung hanya dikenakan biaya sebesar Rp 10.000 saja. Dulunya Kampung Coklat hanya mematok harga tiket masuk sebesar Rp 5.000 sudah bisa menikmati berbagai fasilitas yang disediakan, akan tetapi karena adanya beberapa pertimbangan akhirnya harga tiket masuk wisata ini dinaikkan. Berikut hasil wawancara dengan Bapak Sherief, beliau menjelaskan bahwa:

“Dulu harga yang kita tawarkan hanya Rp 5.000, karena ini adalah cita-cita Bapak Kholid Mustofa sebagai pendiri Kampung Coklat. Beliau ingin membangun sebuah wisata yang sangat murah sehingga semua pengunjung dari kalangan apapun bisa menikmatinya, tanpa khawatir akan biaya. Namun karena adanya anggapan bahwa dengan memberikan harga murah, dan didukung jumlah pengunjungnya yang selalu meningkat, maka akan mematikan objek wisata lain. Sehingga dengan pertimbangan yang cukup berat, akhirnya Kampung Coklat menaikkan harga tiketnya dari Rp 5.000 menjadi Rp 10.000. Dan ternyata kenaikan harga ini tidak memberikan efek

kepada pengunjung, mereka tetap berdatangan meskipun harga sudah dinaikkan.”<sup>111</sup>

Seperti pendapat Mbak Azizah yang merupakan salah satu pengunjung di wisata edukasi Kampung Coklat berikut:

“Awalnya ketika harga tiket masuk ini dinaikkan saya merasa kemahalan, apalagi Kampung Coklat ini letaknya hanya di lingkup desa, bukan di perkotaan. Namun begitu saya masuk, ternyata harga tiket yang naik ini juga diimbangi dengan fasilitas yang memadai. Jadi menurut saya harga Rp 10.000 itu sesuai dengan sarana dan prasarana yang disediakan.”<sup>112</sup>

Setelah memberikan informasi terkait perubahan harga tiket masuk yang naik, Bapak Sherief juga memberikan penjelasan mengenai penentuan harga produk olahan coklat yang dihasilkan, yakni:

“Harga yang kita tawarkan sesuai dengan kualitas yang kita berikan. Ketika pemilihan bahannya bagus, maka kualitas pada produk yang dihasilkan juga akan bagus, dan kemungkinan harga yang dipatok juga akan semakin tinggi. Untuk produk olahan coklat ini harganya cukup terjangkau, mulai dari harga Rp 7.000 pengunjung sudah bisa membeli berbagai macam produk olahan coklat. Tidak hanya coklat batangan, disana juga ada beberapa produk olahan yang berbahan dasar coklat dengan harga yang beraneka ragam. Prinsip kita disini tidak hanya mencari keuntungan saja, tetapi bagaimana produk ini dapat diterima oleh konsumen dan memberi keberkahan.”<sup>113</sup>

Hal ini juga dipertegas oleh konsumen yang membeli produk coklat, bahwa harga yang ditawarkan cukup terjangkau, tidak mahal dan juga tidak murah.

Sebagaimana pendapat Mbak Aini, bahwa:

“Harga coklatnya menurut saya cukup murah mbak, sebanding dengan rasa yang diberikan. Rasa coklatnya disini enak, manisnya juga pas. Macamnya juga banyak, jadi bisa pilih sesuai selera.”<sup>114</sup>

---

<sup>111</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Sherief selaku Manager HRD pada tanggal 12 April 2021, pukul 11.25 WIB.

<sup>112</sup> Hasil wawancara dengan Mbak Azizah selaku pengunjung wisata edukasi Kampung Coklat pada tanggal 23 Juli 2021, pukul 10.00 WIB.

<sup>113</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Sherief selaku Manager HRD pada tanggal 12 April 2021, pukul 11.27 WIB.

<sup>114</sup> Hasil wawancara dengan Mbak Aini selaku pengunjung wisata edukasi Kampung Coklat pada tanggal 25 Mei 2021, pukul 13.30 WIB.

Selain itu didukung juga oleh pendapat pengunjung lain yang mengatakan bahwa:

“Menurut saya harga ini cukup terjangkau mbak, hal ini sesuai dengan kualitas produk yang diberikan. Rasanya pun juga berbeda dengan coklat yang dijual di toko-toko lain.”<sup>115</sup>

Harga menjadi patokan bagi suatu produk, ada pepatah jawa mengatakan *rego gowo rupo*, yang diartikan bahwa harga itu membawa kualitas produk itu sendiri. Dalam beberapa kasus, harga yang mahal dianggap mencerminkan kualitas tinggi. Harga yang diberikan di Kampung Coklat sebanding dengan kualitas produk dan rasanya yang khas, serta bahan yang digunakan tentunya aman untuk kesehatan.

Dalam Islam, harga merupakan kesepakatan mengenai transaksi jual beli atas dasar saling rela atau ridho antara kedua belah pihak. Islam memberikan kebebasan dalam menetapkan harga. Artinya konsep harga dalam transaksi jual beli diperbolehkan selama tidak ada dalil yang melarangnya, dan selama harga tersebut terjadi atas dasar keadilan dan suka sama suka antara penjual dan pembeli.

### **c) Tempat**

Karena yang dibahas mengenai tempat wisata, maka strategi pemasaran yang dilakukan yaitu dengan mengembangkan area wisatanya. Dalam pengembangannya tema yang dicari adalah apa yang berbeda, apa yang baru, dan apa yang tidak dilihat orang di tempat wisata lain. Setiap perubahan, perbaikan, dan pengembangan wisata edukasi Kampung Coklat diharapkan akan menimbulkan efek kekaguman bagi para pengunjungnya. Pembangunan dan penataan yang tepat menjadi daya

---

<sup>115</sup> Hasil Wawancara dengan Mbak Ida selaku pengunjung wisata edukasi Kampung Coklat pada tanggal 25 Juli 2021, pukul 13.40 WIB.

tarik tersendiri bagi pengunjung yang ingin berkunjung ke tempat wisata edukasi Kampung Coklat ini. Sebagaimana yang disampaikan oleh Bapak Sherief sebagai berikut:

“Konsep besar pembangunan ini dari ownernya langsung. Kita tidak pernah berhenti dalam mengembangkan tempat wisatanya, kita perluas areanya, kita perbaiki sistem serta sarana dan prasarananya. Bahkan ketika pandemi 4 bulan kemarin itu kita malah membangun. Istilahnya, orang kesini dengan jarak selama 15 hari apa yang berbeda, apa yang dikembangkan, entah itu warna catnya ganti, entah itu yang sebelumnya paving jadi keramik atau keramik jadi paving itu harus ada perubahan. Kita tidak memakai arsitek, tetapi owner atau Bapak Kholid itu suka mencari beberapa gambar bangunan. Misal, ini yang diambil jendelanya saja, yang ini diambil lengkungannya saja. Jadi dari beberapa gambar digabung menjadi satu.”<sup>116</sup>

Hal ini juga didukung oleh pendapat Mbak Eva salah satu karyawan di Kampung Coklat sebagai berikut:

“Kampung Coklat adalah wisata memberikan sesuatu yang berbeda, yang tidak ditemui di objek wisata lain. Dimana Kampung Coklat merupakan satu-satunya objek wisata di Kabupaten Blitar yang memberikan program wisata edukasi kepada pengunjungnya tentang pembudidayaan pohon kakao hingga pengolahan produk coklat. Wisata ini dapat dijadikan sebagai sarana belajar dan sangat cocok untuk semua kalangan, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa.”<sup>117</sup>

Untuk menjaga kebersihan dan kenyamanan di area wisata edukasi ini, dalam mengelola sampahnya Kampung Coklat sudah bekerja sama dengan Dinas Lingkungan Hidup.

“Jadi sampah-sampah sudah kita pilah antara sampah rumah tangga, sampah basah dan sampah organik. Kita juga ada TPS yang lokasinya cukup jauh, disana juga sudah ada petugas yang mengurusnya. Sehingga aman bagi lingkungan dan tidak ada limbah yang mengganggu masyarakat sekitar.”<sup>118</sup>

---

<sup>116</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Sherief selaku Manager HRD pada tanggal 12 April 2021, pukul 11.45 WIB.

<sup>117</sup> Hasil wawancara dengan Mbak Eva selaku bagian Operasional pada tanggal 23 Juli 2021, pukul 10.35 WIB.

<sup>118</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Sherief selaku Manager HRD pada tanggal 12 April 2021, pukul 11.45 WIB.

Hal tersebut juga dipertegas oleh Mbak Aini sebagai salah satu pengunjung Kampung Coklat, yang berpendapat bahwa:

“Tempat disini sangat nyaman mbak, banyak pohon kakao yang tumbuh dengan rindang, kursi-kursi dibawahnya sangat cocok sebagai tempat bersantai. Fasilitas disini juga dibangun begitu megah dan elegan. Kalo dari segi kebersihan, wisata ini jauh dari kata bersih mbak. Bahkan setiap daun jatuh pun petugas sigap untuk membersihkannya. Selain itu, disini juga disediakan beberapa tempat sampah di beberapa sudut.”<sup>119</sup>

Selain itu juga didukung oleh pengunjung lain yaitu Mbak Azizah yang berpendapat bahwa:

“Kampung Coklat ini sangat cocok mbak dijadikan sebagai pilihan berlibur bersama keluarga, teman ataupun sahabat. Tempatnya sangat nyaman, bersih apalagi didukung oleh sarana dan prasarana yang memadai. Selain itu kita tidak hanya berlibur, namun juga bisa belajar mengenai pembudidayaan pohon kakaonya.”<sup>120</sup>

#### **d) Promosi**

Wisata edukasi Kampung Coklat hadir ketika masyarakat sudah terbiasa menggunakan media sosial. Situasi ini pun direspon dengan baik oleh Kampung Coklat. Sejak awal berdirinya wisata ini memang didesain secara rapi dengan membuat banyak *background* yang berlogo Kampung Coklat untuk pengunjung yang melakukan *self photography*. Dalam hal ini munculah simbiosis mutualisme antara Kampung Coklat dengan pengunjungnya. Sebagaimana yang dipaparkan oleh Bapak Sherief berikut:

“Disini pengunjung dapat memanfaatkan wahana wisata sebagai sarana untuk tetap eksis dengan memotret diri mereka sendiri dan mengunggahnya di media sosial. Dengan begitu Kampung Coklat mendapatkan promosi secara gratis melalui unggahan foto mereka di media sosial tersebut. Itu yang membantu pemasaran kita. Dulu kita sempat sebar brosur di awal-awal tahun

---

<sup>119</sup> Hasil Wawancara dengan Mbak Aini selaku pengunjung wisata edukasi Kampung Coklat pada tanggal 25 Mei 2021, pukul 13.45 WIB.

<sup>120</sup> Hasil wawancara dengan Mbak Azizah selaku pengunjung wisata edukasi Kampung Coklat pada tanggal 23 Juli 2021, pukul 10.35 WIB.

2014. Namun saat ini sudah tidak lagi, karena kita sudah punya website sendiri dengan alamat [www.kampungcoklat.com](http://www.kampungcoklat.com) untuk memberikan informasi dan perkembangan di wisata edukasi Kampung Coklat ini”<sup>121</sup>

Hal ini juga didukung oleh pendapat salah satu pengunjung yang mengatakan bahwa:

“Konsep yang dibangun Kampung Coklat ini memang menarik, dari awal masuk hingga didalamnya saya dibuat kagum, setiap sisi dan sudutnya cocok dijadikan sebagai tempat berfoto. Setiap kesini, saya pasti akan mengabadikan momen bersama teman-teman saya.”<sup>122</sup>

Adanya promosi gratis dari para pengunjung ini ternyata membawa dampak yang luar biasa. Kampung Coklat terus tumbuh dan berkembang. Bahkan jumlah pengunjung dan omset penjualan mengalami peningkatan yang signifikan. Perkembangan ini yang mengantarkan Kampung Coklat hingga mencapai posisi saat ini. Sementara dalam mempromosikan produk atau jasanya Kampung Coklat melakukan promosi sewajarnya, tanpa melebih-lebihkan keadaan aslinya. Hal ini dikhawatirkan apabila produk tersebut sampai ke tangan konsumen, namun tidak sesuai dengan keadaan aslinya, maka kepercayaan konsumen akan hilang dan kemungkinan konsumen tidak mau melakukan pembelian ulang.

#### **e) Orang**

Yang dimaksud orang disini adalah seluruh karyawan atau pengelola wisata edukasi Kampung Coklat. Karyawan disini dituntut untuk bersikap cekatan dalam melayani pengunjung dan bertanggung jawab atas tugasnya masing-masing. Seluruh karyawan dilatih dan dikembangkan, baik dalam hal kemampuan, cara

---

<sup>121</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Sherief selaku Manager HRD pada tanggal 12 April 2021, pukul 11.40 WIB.

<sup>122</sup> Hasil Wawancara dengan Mbak Aini selaku pengunjung wisata edukasi Kampung Coklat pada tanggal 25 Mei 2021, pukul 13.40 WIB.

berpakaian, berpenampilan serta tingkah laku agar dapat memberikan pelayanan semaksimal mungkin kepada pengunjungnya. Selain itu sikap sopan dan ramah juga sangat dibutuhkan, karena dengan begitu pengunjung merasa dihormati.

Berdirinya Kampung Coklat sangat memberikan dampak yang positif kepada masyarakat sekitar, salah satunya terbukanya lapangan pekerjaan. Sebagaimana yang disampaikan Mbak Eva berikut:

“Jumlah seluruh karyawan di Kampung Coklat ini kurang lebih sebanyak 300 orang, dimana 98% dari masyarakat sekitar sedangkan yang 2% dari luar daerah. Dari jumlah karyawan tersebut dibagi menjadi beberapa bagian divisi yaitu: bagian operasional, pelayanan, produksi, kemitraan, keamanan, kebersihan dan lain-lain. Dan karena mayoritas karyawannya adalah tetangga, maka selama pandemi ini mereka tidak dirumahkan. Mereka tetap bekerja dan tetap digaji tanpa ada pengurangan.”<sup>123</sup>

Adapun dari segi keagamaan, semua karyawan yang bekerja di Kampung Coklat harus beragama Islam. Bagi karyawan yang laki-laki wajib melaksanakan ibadah sholat Jumat, sedangkan bagi karyawan perempuan wajib menggunakan jilbab. Hal ini menjadi ketentuan yang wajib dipatuhi oleh semua karyawan yang bekerja di wisata edukasi Kampung Coklat.

#### **f) Bukti Fisik**

Bukti fisik menjadi suatu hal yang turut mempengaruhi kepuasan wisatawan ketika berkunjung ke sebuah objek wisata. Kampung Coklat terus berkembang, memperluas area wisatanya, memperbaiki sistem, fasilitas serta sarana dan prasarananya. Dalam hal ini Kampung Coklat menyediakan beberapa fasilitas sebagai penunjang wisatanya. Adanya fasilitas ini akan menambah kenyamanan

---

<sup>123</sup> Hasil wawancara dengan Mbak Eva selaku bagian Operasional pada tanggal 23 Juli 2021, pukul 10.45 WIB.

dan kemudahan bagi pengunjung untuk menikmati momen berliburnya. Sebaliknya, apabila dalam sebuah wisata tidak dilengkapi dengan bukti fisik, maka pengunjung akan bosan dan kemungkinan yang terjadi mereka tidak akan melakukan kunjungan ulang. Adapun bukti fisik yang ada di Kampung Coklat ada berbagai macam, seperti yang disampaikan oleh Mbak Eva berikut ini:

“Untuk menambah kenyamanan bagi pengunjungnya, Kampung Coklat menyediakan berbagai fasilitas yang memadai seperti wahana bermain anak, tempat beribadah, toilet, warung prasmanan, galeri coklat, bale coklat, *cooking class*, terapi ikan dan masih banyak lagi.”<sup>124</sup>

Dengan adanya bukti fisik di Kampung Coklat ini pengunjung juga ikut merasakan manfaatnya. Hal tersebut didukung oleh pendapat salah satu pengunjung berikut:

“Menurut saya fasilitas, sarana dan prasarana disini sangat memadai. Bahkan menurut saya harga tiket masuknya itu sangat terjangkau, tidak sebanding dengan fasilitas yang disediakan di dalamnya.”<sup>125</sup>

#### **g) Proses**

Proses yang baik akan menghasilkan sesuatu yang baik pula. Wisata edukasi Kampung Coklat berupaya memberikan pengetahuan kepada pengunjungnya agar bisa melihat dan mengenal dari dekat proses budi daya dan pengolahan coklat, hingga dapat mengonsumsi produk olahan coklat tersebut. Untuk lebih rincinya seperti yang dijelaskan Bapak Sherief di bawah ini:

“Untuk perawatan pohon kakaonya kita mengenal sistem pemangkasan. Jadi kalau pohon kakao itu sudah mulai besar akan kita pangkas. Kita sisakan tiga cabang utamanya saja. Sehingga tumbuhnya kita kontrol, yang cabang kecil-kecil kita hilangkan. Kemudian untuk memanen buahnya tidak boleh langsung kita petik. Karena kalau langsung dipetik bunga yang ada dipohonnya akan rontoh, padahal itu bakal buah. Selanjutnya buah dipecah

---

<sup>124</sup> *Ibid.*,

<sup>125</sup> Hasil Wawancara dengan Mbak Ida selaku pengunjung wisata edukasi Kampung Coklat pada tanggal 24 Juli 2021, pukul 13.45 WIB.



isinya dihilangkan. Lalu dijemur sampai kadar airnya 67%. Cara mengetesnya memakai kakaotester. Jadi biji dimasukkan, nanti alatnya sudah membaca kadar airnya.”<sup>126</sup>

Setelah itu lanjut ke tahap pengolahan coklat, sebagaimana yang disampaikan Bapak Sherief berikut:

“Kakao itu ada beberapa jenis yaitu ada *forastero* dan *criollo*, lalu hasil dari perkawinannya ini membentuk yang namanya *clone trinitario*. Nah kemudian turunan-turunan berikutnya ini yang kita kembangkan di Blitar. *Value* yang lebih tinggi kita punya beberapa produk, yang pertama berupa *adaro material* berupa biji kakao, yang kedua adalah *powder* atau coklat bubuk, yang ketiga ada *candy* atau dikenal dengan coklat batangan. Prosesnya hampir sama dengan kopi disangrai atau dioven begitu, tapi yang membedakan disini, kalau kopi disangrai menjadi bubuk, sementara kakao akan menjadi pasta atau liker. Liker inilah yang kita proses ke tahap selanjutnya.”<sup>127</sup>

Dalam proses produksinya Kampung Coklat tidak pernah mempersingkat atau mempercepat waktu produksinya. Proses pengolahannya memakan waktu kurang lebih selama 5-6 Jam. Semakin lama justru akan semakin halus coklat yang dihasilkan. Berbeda halnya jika waktu produksinya singkat, maka hasil coklatnya akan kurang bagus karena terburu-buru.

## **2. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat dalam Strategi Pemasaran di Wisata Edukasi Kampung Coklat**

Setiap usaha dikatakan memenangkan pemasaran, apabila mereka mampu membaca peluang pasar dan dapat memenuhi apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen. Strategi pemasaran menjadi salah satu kunci keberhasilan dalam mengembangkan sebuah objek wisata. Dalam mencapai keberhasilan

---

<sup>126</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Sherief selaku Manager HRD pada tanggal 12 April 2021, pukul 11.10 WIB.

<sup>127</sup> *Ibid.*,

tersebut, diperlukan beberapa faktor pendukung untuk menunjangnya. Faktor pendukung adalah berbagai hal yang dapat mendorong suatu kegiatan, usaha ataupun produksi. Selain faktor pendukung, terdapat juga faktor penghambat didalamnya. Faktor penghambat dikenal sebagai kendala, rintangan, atau segala sesuatu yang menjadikan suatu usaha tidak berjalan dengan lancar.

**a) Faktor Pendukung**

Adapun faktor pendukung dalam strategi pemasaran yang dilakukan oleh pengelola wisata edukasi Kampung Coklat adalah:

1) Daya Tarik Wisata

Kampung Coklat merupakan salah satu destinasi wisata favorit di Kabupaten Blitar karena menawarkan konsep wisata yang berbeda dibandingkan dengan wisata lainnya. Dalam wawancara dengan Bapak Sherief beliau mengatakan:

“Salah satu yang menjadi daya tarik Kampung Coklat adalah wisata edukasinya. Disini pengunjung diajarkan tentang pembuatan coklat, mulai dari penanaman pohon kakao hingga menjadi olahan coklat yang lezat. Begitu memasuki area ini, pengunjung sudah dimanjakan dengan pemandangan dan suasana yang sangat asri. Teduhnya pepohonan kakao juga menjadi tempat yang cocok untuk bersantai bersama keluarga dengan menu makanan dan minuman serba coklat. Tidak dipungkiri, si pahit manis ini memang menjadi cemilan favorit semua kalangan. Tak hanya karena rasanya yang bikin ketagihan, makan coklat juga dipercaya dapat mengubah *mood* seseorang.”<sup>128</sup>

Dari hasil wawancara diatas dapat diketahui, bahwa konsep wisata edukasi menjadi salah satu daya tarik Kampung Coklat. Dengan adanya program edukasi, pengunjung bisa lebih memahami bagaimana proses penanaman hingga pengolahan produk coklat. Produk coklat tersebut juga menjadi daya tarik tersendiri, karena

---

<sup>128</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Sherief selaku Manager HRD pada tanggal 12 April 2021, pukul 11.50 WIB.

memberikan sejuta manfaat bagi penikmatnya. Dapat kita ketahui bahwa coklat merupakan makanan favorit bagi semua kalangan, mulai anak kecil, remaja hingga dewasa.

## 2) Produk yang Berkualitas

Kualitas merupakan poin plus bagi suatu produk. Jika produk memiliki kualitas yang baik, maka kepuasan pelanggan akan baik pula, begitu pun sebaliknya. Menurut Bapak Sherief:

“Kualitas produk itu harus tetap dijaga, bahkan kalau bisa ditingkatkan atau dikembangkan tanpa mengurangi komposisi serta kualitas bahan bakunya. Kita disini juga berusaha untuk menjaga kualitas atas produk yang kita hasilkan dengan resep yang sama, tanpa campuran atau mengurangi takaran bahan lainnya. Karena sekali saja konsumen merasakan perbedaan dari produk yang kita hasilkan, maka kemungkinan yang terjadi yaitu kepercayaan mereka semakin berkurang bahkan akan berpindah langganan.”<sup>129</sup>

Mengingat kualitas produk merupakan suatu hal yang penting, maka untuk menjaga kualitas produk harus dilakukan secara konsisten. Konsumen tentu akan memilih produk dengan kualitas produk yang baik, serta meninggalkan produk yang memiliki kualitas buruk atau kurang baik.

## 3) Sarana dan Prasarana Memadai

Seperti yang dijelaskan sebelumnya, Kampung Coklat cocok dijadikan destinasi wisata bersama keluarga. Suasananya yang begitu sejuk dan asri, serta terdapat beberapa sarana dan prasarana yang memadai akan membantu pengunjung untuk melepaskan penat. Seperti yang dikatakan Bapak Sherief berikut ini:

“Sarana dan prasarana yang terdapat di Kampung Coklat ini banyak sekali seperti musholla yang dibangun megah, toilet yang bersih, ada *food court* juga, bahkan Kampung Coklat membangun sarana dan prasarana penginapan dan menyediakan gedung serta *hall*, baik *indoor* maupun *outdoor* yang

---

<sup>129</sup> *Ibid.*,

disewakan untuk umum seperti acara rapat, pernikahan dan berbagai acara lainnya. Disana juga disediakan berbagai wahana yang menarik seperti *cooking class*, terapi ikan, perahu gayung, kereta kelinci, *live music*, dan masih banyak lagi.<sup>130</sup>

Selain itu beliau juga menambahkan bahwa:

“Selain wahana yang bisa dinikmati, Kampung Coklat juga memiliki pusat oleh-oleh dengan nama galeri coklat yang menyediakan berbagai varian produk olahan coklat dan *merchandise* cantik yang bisa dibawa pulang untuk sahabat, kekasih atau keluarga tercinta.”<sup>131</sup>

#### 4) Mengedepankan Higienitas

Dalam sesi tanya jawab dengan Bapak Sherief, beliau menegaskan bahwa:

“Di masa new normal ini, Kampung Coklat sudah dapat dikunjungi dengan tetap mematuhi protokol kesehatan. Mulai dari pengecekan suhu tubuh, mencuci tangan dan wajib memakai masker di dalam lokasi. Pembentukan Satgas Covid-19 juga kita kerahkan untuk membantu pengunjung menjaga jarak atau *physical distancing*. Bahkan sterilisasi area kita lakukan secara berkala sehingga sesuai dengan protokol kesehatan yang dianjurkan oleh pemerintah.”<sup>132</sup>

#### 5) Manajemen dan Pelayanan yang Baik

Seperti objek wisata lainnya, Kampung Coklat juga terus berupaya untuk mengembangkan objek wisatanya. Dengan manajemen dan pelayanan yang baik, maka akan mencapai tujuan yang baik pula. Sebagaimana pendapat Bapak Sherief berikut ini:

“Kampung Coklat terus berkembang, kita perluas areanya dan terus melakukan pembangunan. Jenis wisata yang ditawarkan pun semakin beragam. Jadi Kampung Coklat tidak hanya sebagai wisata edukasi saja, tetapi juga dikatakan sebagai wisata keluarga, wisata kuliner dan arena bermain anak-anak. Hal ini tentunya juga tidak luput dari peran karyawan dan pimpinan perusahaan yang mengelola Kampung Coklat dengan baik. Kita

---

<sup>130</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Sherief selaku Manager HRD pada tanggal 12 April 2021, pukul 11.55 WIB.

<sup>131</sup> *Ibid.*,

<sup>132</sup> *Ibid.*,

selalu mengedepankan nilai-nilai kejujuran, kedisiplinan, tanggung jawab, dan kerjasama.”<sup>133</sup>

Selain manajemen yang bagus, pelayanan yang baik juga akan mempengaruhi wisatawan dalam melakukan kunjungan. Berikut tambahan dari Mbak Eva:

“Karena yang kita fokuskan disini adalah kenyamanan pengunjung, maka upaya yang kita lakukan adalah berusaha untuk memberikan sesuatu yang berbeda dari yang ditawarkan oleh wisata lain. Baik itu dari segi fasilitas, kualitas, legalitas maupun pelayanannya kita berusaha memberikan yang terbaik. Kita selalu mendengarkan segala masukan maupun kritikan dari setiap pengunjung. Kritikan tersebut kita jadikan evaluasi dan melakukan pembaharuan agar mewujudkan wisata yang lebih baik lagi.”<sup>134</sup>

Dari paparan diatas dijelaskan bahwa apabila suatu objek wisata mampu mengelola dan dapat memenuhi standar pelayanannya dengan baik, maka secara psikologis pengunjung akan memberikan suatu pernyataan bahwa mereka puas dalam melakukan kunjungannya.

#### **b) Faktor Penghambat**

Adapun faktor penghambat dalam strategi pemasaran yang dilakukan pengelola wisata edukasi Kampung Coklat diantaranya:

##### **1) Kualitas Sumber Daya Manusia Masih Rendah**

Sumber daya manusia (karyawan) dalam organisasi bisnis memegang peran yang sangat penting. Adanya sumber daya manusia yang berkualitas, akan dapat meningkatkan produktivitas dan juga dapat menentukan kelangsungan hidup perusahaan di masa yang akan datang. Namun, kualitas sumber daya manusia (karyawan) di Kampung Coklat masih rendah.

---

<sup>133</sup> Hasil wawancara dengan Mbak Eva selaku bagian Operasional pada tanggal 23 Juli 2021, pukul 11.00 WIB.

<sup>134</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Sherief selaku Manager HRD pada tanggal 12 April 2021, pukul 12.00 WIB.

Bapak Sherief menyampaikan bahwa:

“Kualitas sumber daya manusia disini masih rendah. Hal ini disebabkan karena sebagian besar karyawan kita pendidikan terakhirnya adalah lulusan SMA. Sehingga terkadang dalam melayani wisatawan masih belum maksimal.”<sup>135</sup>

Dari wawancara diatas dapat diketahui bahwa kualitas sumber daya manusia dapat menentukan kelangsungan hidup perusahaan. Rata-rata karyawan di Kampung Coklat adalah lulusan SMA, sehingga dalam memberikan pelayanan mereka masih belum maksimal karena kurang berpengalaman. Akan tetapi semua karyawan disini dilatih dan dikembangkan, agar dapat memberikan kepuasan kepada pengunjungnya.

c) Siklus Alam

Siklus alam yang dimaksud disini adalah keadaan atau dampak yang dirasakan atas menyebarnya virus mematikan Covid-19 di seluruh dunia. Seperti yang kita ketahui, di awal tahun 2020 sampai sekarang, kasus penyebaran virus Covid-19 tak kunjung selesai. Hal tersebut juga berdampak di bidang perkonomian, salah satunya di dunia wisata. Tidak terkecuali di wisata edukasi Kampung Coklat yang ikut merasakan dampak tersebut. Seperti hasil wawancara dengan Bapak Sherief yang menyampaikan bahwa:

“Wisata kan kebutuhan tersier, bukan kebutuhan primer atau sekunder. Jadi ketika ada kebijakan pemerintah terkait kerumunan, otomatis wisata itu yang paling awal tutup dan yang buka paling akhir. Pada waktu itu kita tutup total selama 3 bulan, yakni bulan April sampai bulan Juni setelah diberlakukannya PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar). Dampak utama yang kita rasakan adalah jumlah pengunjung menurun, pemasukan menjadi berkurang namun kita tetap menggaji karyawan tanpa pengurangan.”<sup>136</sup>

---

<sup>135</sup> *Ibid.*,

<sup>136</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Sherief selaku Manager HRD pada tanggal 12 April 2021, pukul 12.05 WIB

Hal ini ditambahkan oleh Mbak Eva yang menyampaikan bahwa:

“Selama PPKM ini sementara wisata edukasinya masih kita sterilkan dari pengunjung mbak, kita hanya membuka galeri oleh-oleh coklat yang berada di pintu 1 dan 2 yang masih tetap buka mulai pukul 08.00-19.00 untuk menambah pemasukan.”<sup>137</sup>

## **C. Analisis Data**

### **1. Strategi Pemasaran Wisata Edukasi Kampung Coklat dalam Perspektif Etika Bisnis Islam**

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang peneliti lakukan dengan beberapa pengelola di wisata edukasi Kampung Coklat, dapat diketahui bahwa strategi pemasaran yang diterapkan meliputi strategi produk, strategi harga, strategi promosi dan strategi tempat. Alangkah baiknya dalam mendirikan sebuah usaha tidak hanya mencari keuntungan saja, tetapi juga menerapkan etika bisnis. Adapun dalam praktiknya, penerapan strategi tersebut agar sesuai dengan etika bisnis Islam adalah sebagai berikut:

#### **a) Strategi Produk**

Sesuai dengan namanya, Kampung Coklat identik dengan produk coklatnya. Dalam menjalankan strategi produk, pengelola Kampung Coklat memilih produk yang berkualitas baik untuk dijual. Mereka selalu memperhatikan bahan-bahan dan komposisi yang digunakan untuk mengolah produk coklatnya. Tidak hanya itu, mereka juga mengutamakan kebersihan serta kehalalan produk. Pada setiap tahapannya, Kampung Coklat juga memiliki *quality control* dalam mengolah produknya. Kampung Coklat sudah mendapatkan izin BPOM dan bahkan

---

<sup>137</sup> Hasil wawancara dengan Mbak Eva selaku bagian Operasional pada tanggal 23 Juli 2021, pukul 11.00 WIB.

mendapatkan SNI coklat pertama kali di Indonesia. Sementara untuk meningkatkan standarisasi produknya, Kampung Coklat mengajukan ISO dan HACCP. Adanya legalitas dalam suatu produk akan meyakinkan konsumen bahwa produk tersebut halal dan aman untuk dikonsumsi.

Untuk mempertahankan daya saing, strategi yang dilakukan Kampung Coklat yaitu dengan menjaga eksklusifitas dari produknya. Adapun produk coklat ini hanya ada di gallery coklat, konsumen tidak bisa membelinya di tempat lain. Selain itu, untuk memberikan kepercayaan atas kondisi produk yang dijual, Kampung Coklat juga mengedepankan sikap kejujuran. Mereka tidak pernah menjual produk dengan kualitas buruk atau menyembunyikan kecacatan agar pembeli tidak mengetahuinya. Justru sebaliknya, mereka selalu jujur dalam memberikan informasi terkait keadaan dari produk yang mereka tawarkan. Dengan strategi pemasaran tersebut diharapkan konsumen akan merasa puas, sehingga mereka akan memberikan *feedback* berupa pembelian ulang.

#### **b) Strategi Harga**

Dalam penetapan harga, Kampung Coklat juga berupaya mengedepankan prinsip etika bisnis Islam. Hal ini dapat dilihat, bahwa Kampung Coklat akhir-akhir ini menaikkan harga untuk tiket masuknya agar tidak mematikan objek wisata lain. Dulunya, harga tiket masuk di Kampung Coklat hanya sebesar Rp 5.000 per orang, dan sekarang dinaikkan menjadi Rp 10.000 per orang. Meskipun tarifnya sudah dinaikkan, ternyata tidak menurunkan minat wisatawan untuk berkunjung. Mereka tetap setia, bahkan mengajak keluarga ataupun sahabatnya untuk mengunjungi wisata edukasi Kampung Coklat.



Sementara untuk harga produk coklatnya menyesuaikan dan memperhatikan kualitas serta kuantitas produknya. Ada pepatah jawa mengatakan bahwa “*rego gowo rupo*”, yang berarti harga mencerminkan kualitas suatu produk. Untuk harga produk olahan di Kampung Coklat cukup terjangkau, meskipun harganya dikatakan murah, tetapi tidak menurunkan kualitas produknya. Mulai dari Rp 7.000 pengunjung sudah bisa membeli berbagai makanan atau cemilan coklat. Tidak hanya coklat batangan, disana juga terdapat beberapa produk berbahan dasar coklat dengan harga yang berbeda beda pula. Adapun tujuan Kampung Coklat dalam menetapkan harganya tidak hanya mencari keuntungan saja, tetapi bagaimana produk tersebut dapat diterima oleh konsumen dan tentunya dapat memberikan keberkahan.

### **c) Strategi Promosi**

Seiring berkembangnya zaman, masyarakat sudah terbiasa menggunakan media sosial. Situasi ini pun dipergunakan dengan baik oleh Kampung Coklat untuk menarik calon pengunjungnya. Kampung Coklat terus melakukan perkembangan terhadap objek wisatanya, salah satunya dengan mendesain bangunan secara rapi serta menambahkan sarana dan prasarana yang memadai. Sehingga menciptakan simbiosis mutualisme antara Kampung Coklat dengan pengunjungnya. Semua spot yang ada di Kampung Coklat begitu *instagramable*. Disini pengunjung dapat memanfaatkan berbagai wahana dan mengabadikan momen dengan memotret diri mereka sendiri lalu mengunggahnya di media sosial. Dari situlah yang membantu pemasaran Kampung Coklat dalam melakukan promosi melalui unggahan-unggahan pengunjung di media sosialnya. Selain itu dalam memasarkan produk dan

jasanya Kampung Coklat juga memiliki website sendiri yang beralamat [www.kampungcoklat.com](http://www.kampungcoklat.com).

Strategi promosi yang dilakukan oleh pengelola Kampung Coklat lebih sederhana dan sewajarnya, tanpa melebih-lebihkan keadaan aslinya. Walaupun ada kebebasan dalam penyampaian informasi atas produknya, tetapi alangkah baiknya jika diimbangi dengan kejujuran dan pertanggung jawaban. Begitu juga Kampung Coklat dalam melakukan promosinya selalu mengedepankan sikap kejujuran dan tanggung jawab. Hal ini bertujuan agar kepercayaan pengunjung atau konsumen tidak hilang dan tetap kembali untuk melakukan pembelian ulang.

#### **d) Strategi Tempat**

Strategi tempat yang dilakukan pengelola Kampung Coklat adalah dengan mengembangkan area wisatanya. Kampung Coklat terus melakukan perubahan, perbaikan bahkan pengembangan seiring tuntutan keadaan dan harapan pengunjung. Kampung Coklat berupaya memberikan sesuatu yang berbeda, sesuatu yang baru, dan sesuatu yang tidak ditemui di objek wisata lain. Tulisan-tulisan dan gambar yang berisi pengetahuan tentang coklat semakin bertambah jumlahnya. Pemilihan bahan atau material, desain, tata letak tulisan dan gambar diatur dengan seksama sehingga mewujudkan objek wisata yang indah, mewah dan elegan.

Untuk pengunjung yang beragama Islam, Kampung Coklat memfasilitasi musholla sebagai tempat beribadah. Musholla dibangun megah berbentuk joglo limasan dengan nuansa kayu. Selain itu terdapat beberapa *outlet* yang menjual makanan dan minuman yang dilengkapi kursi dan meja kayu untuk pengunjung yang ingin beristirahat sambil menikmati menu. Wahana permainan juga menjadi

tujuan utama anak-anak ketika berkunjung ke Kampung Coklat. Jadi selain belajar, mereka juga dapat bermain sepuasnya. Kampung Coklat mengutamakan kerapian dan kebersihan terhadap area wisatanya. Bahkan dalam pengelolaan sampahnya, sudah dipisahkan antara sampah rumah tangga, sampah basah dan sampah organik. Kampung Coklat juga sudah bekerja sama dengan Dinas Lingkungan Hidup dan memiliki TPS (Tempat Pembuangan Sampah) sendiri yang lokasinya cukup jauh dari objek wisata, sehingga tidak ada limbah yang mengganggu masyarakat sekitar.

**e) Strategi Orang**

Orang atau sumber daya manusia di Kampung Coklat ini adalah semua karyawan yang memainkan peran penting dalam memberikan pelayanan kepada pengunjungnya. Sedangkan orang atau konsumen yang dimaksud disini adalah wisatawan atau pengunjung di Kampung Coklat tersebut. Dalam strategi orang, Kampung Coklat melatih dan mengembangkan karyawannya baik dari segi *skill* dan *attitude* nya. Karena sikap dan tindakan mulai dari cara berpakaian dan berpenampilan serta tingkah laku karyawan diharapkan dapat memberikan pelayanan kepada pengunjung secara maksimal. Maka dari itu semua karyawan harus memiliki sikap sopan dan ramah tamah kepada pengunjung, karena dengan begitu pengunjung akan senang sebab merasa dihormati.

Strategi orang di Kampung Coklat sudah sesuai dengan etika bisnis Islam. Dimana syarat utama menjadi karyawan dan pimpinan di Kampung Coklat ini harus beragama Islam. Adapun bagi karyawan laki-laki wajib melaksanakan ibadah sholat Jumat, sedangkan bagi karyawan perempuan wajib menggunakan jilbab. Selain itu setiap adzan dikumandangkan semua karyawan langsung menuju

musholla untuk melaksanakan sholat berjamaah. Itulah salah satu strategi yang diterapkan Kampung Coklat kepada karyawannya. Tujuannya sesibuk apapun bekerja tidak boleh meninggalkan urusan ibadahnya dengan Allah SWT.

#### **f) Strategi Bukti Fisik**

Strategi bukti fisik yang dilakukan Kampung Coklat adalah dengan melengkapi fasilitas serta sarana dan prasarana yang memadai. Dalam hal ini Kampung Coklat menyediakan beberapa fasilitas sebagai penunjang wisatanya. Tanpa adanya fasilitas, tentu pengunjung akan merasa bosan dan kekurangan bahkan kemungkinan yang terjadi mereka tidak akan melakukan kunjungan ulang. Sebaliknya, adanya bukti fisik ini akan menjadi nilai tambah di sebuah objek wisata dan memberikan kenyamanan bagi pengunjungnya. Selain itu pengunjung juga bisa memanfaatkan dan menggunakan fasilitas yang disediakan.

Bukti fisik di Kampung Coklat ini diantaranya ada tempat pembudidayaan pohon kakao, tempat produksi coklat, wahana bermain, warung prasamanan, kotak saran, galeri coklat, *cooking class*, *live music*, terapi ikan dan masih banyak lagi. Kampung Coklat juga melengkapi sarana dan prasarana seperti penginapan dan menyediakan gedung serta *hall*, baik *indoor* maupun *outdoor* yang disewakan untuk umum seperti acara rapat, pernikahan dan berbagai acara lainnya. Strategi bukti fisik Kampung Coklat ini disesuaikan dengan etika bisnis Islam, dimana Kampung Coklat mendirikan musholla untuk pengunjung yang beragama Islam agar tidak melewatkan waktu ibadahnya ketika sedang berlibur. Musholla ini dibangun dengan megah serta dilengkapi tempat wudhu dan toilet yang bersih. Disekitar musholla juga dikelilingi kolam ikan dan pohon kakao yang teduh, sehingga

menambah kenyamanan ketika beribadah dan bersantai di sekeliling musholla tersebut.

**g) Strategi Proses**

Konsep utama yang dibangun Kampung Coklat ini adalah wisata edukasinya. Wisata edukasi Kampung Coklat berupaya memberikan pengetahuan kepada pengunjungnya agar bisa melihat dan mengenal dari dekat proses budi daya dan pengolahan coklat, hingga dapat mengonsumsi produk olahan coklat tersebut. Disini pengunjung bisa belajar tentang pembudidayaan pohon kakao dengan didampingi pemandu yang profesional. Pengunjung diajarkan mengenai proses menanam, merawat, memanen hingga mengolah biji kakao menjadi produk coklat yang lezat. Adapun proses merawat pohon kakao disini menggunakan sistem pemangkasan. Setiap pohon hanya difokuskan ke tiga cabang utama, cabang yang lain dipangkas. Hal ini bertujuan agar pohon kakao tidak tumbuh tinggi seperti pohon-pohon kakao di tempat lain. Maka tidak heran jika disini pohon kakao itu pendek-pendek sudah berbuah karena Kampung Coklat menerapkan sistem pemangkasan tersebut. Kemudian buah yang sudah matang dipanen dan dipisahkan dari dagingnya lalu dijemur. Penjemuran ini dilakukan sampai kadar airnya mencapai 67%.

Selanjutnya mengenai proses pengolahan coklatnya. Kampung Coklat selalu mengontrol produknya dengan resep yang sama, tanpa adanya pengurangan bahan. Bahan-bahan yang dipilih adalah bahan-bahan yang tidak membahayakan kesehatan seperti bahan pengawet dan pemanis buatan. Selain itu prosedur waktu

mengolahnya, Kampung Coklat tidak pernah mempercepat atau mempersingkat proses produksinya. Hal ini bertujuan agar produk yang dihasilkan berkualitas baik.

## **2. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat dalam Strategi Pemasaran di Wisata Edukasi Kampung Coklat**

### **a) Faktor Pendukung**

Beberapa faktor pendukung yang dihadapi Kampung Coklat dalam melakukan strategi pemasaran, diantaranya:

#### **1) Daya Tarik Wisata**

Berdasarkan paparan di atas dapat diketahui bahwa saat ini Kampung Coklat menjadi salah satu destinasi wisata favorit di Kabupaten Blitar karena menawarkan konsep wisata yang berbeda dibandingkan dengan wisata lainnya. Kampung Coklat merupakan wisata yang mengutamakan pembelajaran tentang pembuatan coklat dari hulu ke hilir. Pengunjung dapat belajar mulai dari penanaman kakao hingga menjadi olahan coklat yang lezat, serta dipandu oleh *guide* profesional.

Begitu memasuki area wisata ini, pengunjung sudah dimanjakan dengan pemandangan dan suasana yang jarang ditemui di tempat lain. Teduhnya pohon kakao menambah kesan nyaman bagi pengunjung yang ingin bersantai sambil menikmati menu makanan dan minuman coklat. Coklat menjadi salah satu produk unggulan di Kampung Coklat dengan cita rasanya yang khas, sehingga pengunjung tidak bisa membelinya di tempat lain.

#### **2) Produk yang Berkualitas**

Kualitas memiliki keterkaitan erat dengan kepuasan konsumen. Semakin baik kualitas produk yang diberikan, maka produk akan semakin banyak diminati dan

kepuasan konsumen akan semakin baik pula. Dari paparan diatas, Kampung Coklat memberikan kualitas yang baik kepada konsumennya. Hal ini dapat dilihat dari bahan-bahan yang digunakan, dimana Kampung Coklat menggunakan bahan-bahan yang tidak mengandung pengawet dan bahan kimia lainnya. Dalam mengolah produknya Kampung Coklat tidak pernah mempersingkat waktu produksi atau mempercepat proses produksinya. Karena jika produk tersebut diolah secara terburu-buru, maka produk yang dihasilkan akan kurang baik. Sehingga dalam proses produksi harus dilakukan sesuai dengan waktu semestinya. Adapun waktu yang dibutuhkan untuk mengolah produk coklat ini sekitar 5-6 jam.

### 3) Sarana dan Prasarana Memadai

Disediakannya sarana dan prasarana yang memadai menjadi nilai tambah ketika berkunjung ke sebuah objek wisata. Begitupun di Kampung Coklat yang juga menyediakan beberapa sarana dan prasarana diantaranya seperti musholla yang megah, toilet yang bersih, kotak saran, *foodcourt*, *hall indoor* maupun *outdoor*, *cooking class*, terapi ikan, wahana permainan, warung prasmanan, *live music*, studio mini, galeri coklat dan masih banyak lagi. Konsep yang dipilih Kampung Coklat adalah bernuansa kayu dan berdesain batik yang bisa dijumpai dibanyak titik lokasi wisata. Nuansa kayu dan batik ini dipilih untuk menciptakan deferensiasi dengan objek wisata lain.

### 4) Mengedepankan Higienitas

Setelah tutup beberapa bulan, Kampung Coklat berani membuka wisatanya dengan tetap memenuhi protokol kesehatan. Mulai dari pengecekan suhu tubuh, mencuci tangan, wajib memakai masker di dalam lokasi, pembentukan Satgas

Covid-19 untuk mengingatkan pengunjung tetap menjaga jarak, bahkan sterilisasi area dilakukan secara berkala. Hal tersebut dilakukan sebagai wujud pencegahan dan pengendalian Covid-19.

#### 5) Manajemen dan Pelayanan yang Baik

Dari paparan diatas dapat diketahui bahwa manajemen yang dilakukan Kampung Coklat ini adalah dengan merencanakan, mengarahkan, mengawasi perkembangan objek wisatanya. Upaya yang dilakukan adalah dengan memperluas area wisatanya, memperbaiki sistem serta sarana dan prasarannya, dan terus melakukan pembangunan. Hal tersebut tidak luput dari peran karyawan yang ikut andil dalam mengelola Kampung Coklat. Selain itu Kampung Coklat juga berusaha memberikan pelayanan sebaik mungkin agar merasa nyaman dan aman. Kampung Coklat juga menerima segala kritikan dan saran dari pengunjungnya. Kritikan tersebut justru sangat berguna bagi Kampung Coklat untuk mengevaluasi dan melakukan pembaharuan untuk mewujudkan wisata yang lebih baik lagi.

#### **b) Faktor Penghambat**

Adapun faktor penghambat dalam strategi pemasaran yang dilakukan pengelola wisata edukasi Kampung Coklat diantaranya:

##### 1) Kualitas Sumber Daya Manusia Masih Rendah

Sumber daya manusia (karyawan) yang berkualitas menjadi salah satu hal penting dalam meningkatkan produktivitas dan menentukan kelangsungan hidup perusahaan di masa mendatang. Akan tetapi sumber daya manusia di Kampung Coklat masih rendah, hal ini dikarenakan rata-rata pendidikan terakhir karyawan



adalah lulusan SMA. Oleh sebab itu, dalam memberikan pelayanan kepada wisatawan mereka masih belum maksimal karena kurang berpengalaman.

## 2) Siklus Alam

Virus Corona atau Covid-19 merupakan siklus alam yang membawa pukulan keras bagi ekonomi global, salah satunya di sektor pariwisata. Termasuk wisata edukasi Kampung Coklat juga ikut merasakan dampaknya. Akibat menyebarnya virus ini jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kampung Coklat menurun secara signifikan. Bahkan selama kurang lebih 3 bulan, Kampung Coklat tutup total karena diberlakukannya PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) sekaligus PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat). Penutupan tersebut sangat merugikan pihak Kampung Coklat karena tidak adanya pemasukan.