

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Paparan Data

1. Sejarah Wisata Edukasi Kampung Coklat

Usaha Wisata Edukasi Kampung Coklat berawal saat peternakan ayam petelur milik Bapak Kholid Mustofa (Pimpinan Kampung Coklat) mengalami kerugian besar akibat terjangkit virus Flu Burung pada tahun 2004 yang 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 dirawat saja bisa laku segitu apalagi jika dirawat”, Akhirnya beliau memutuskan untuk mendalami budidaya kakao dengan magang di PTPN XII Blitar dan Puslit Kota Jember.

2. Stuktur Organisasi Kampung Coklat

PT Kampung Coklat terbagi menjadi beberapa bagian yang tersusun pada struktur organisasi sebagai berikut:

Tabel 4.1

Struktur Organisasi dan Tata Kelola Wisata Edukasi Kampung Coklat
Blitar

JABATAN	NAMA
Direktur Utama	Kholid Mustofa
Manajer Sarana dan Prasarana	Hari Yoso
Manajer Pemasaran	1. Sunaria 2. Kasmin 3. Ulfa Kurnia
Manajer Personalia	Sunaria
Manajer Produksi	Ir. Imam Bahrowi
Manajer Operasional	1. M. Fathur Ro'uf 2. Mustakim 3. Alex Kurniawan 4. Siti Ni'matul
Manajer Budidaya	Mustakim
Manajer Keuangan	1. Enes Yustika 2. Vicky Tri Permatasari

Sumber: Struktur Organisasi PT. Kampung Coklat

Sementara itu, seluruh karyawan Wisata Edukasi Kampung Coklat berjumlah lebih dari 300 orang, dari jumlah tersebut terdapat karyawan yang berkerja tidak tetap, biasanya pekerjanya adalah siswi SMA atau mahasiswa, mereka berkerja waktu libur sekolah maupun kuliah, gaji mereka tergantung berapa kali masuk kerja dalam satu bulan. Dari 300 karyawan tersebut terbagi menjadi beberapa bagian tugas yaitu: bagian operasional, pelayanan, pengolahan makanan, pengamanan, kebersihan, dan lain-lain.

Berikut penuturan dari mbak Ida selaku karyawan tetap di bagian operasional Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar:

“tonggak awal berdirinya Wisata Edukasi Kampung Coklat ini berasal dari pemikiran sederhana yang dikemukakan oleh Bapak Kholid Mustofa selaku pemilik wisata edukasi ini, kegagalan beliau dalam menjalankan usahanya sebagai peternak ayam telur rupanya

memberikan kesuksesan besar dalam karir beliau sebagai pendiri Wisata Edukasi Kampung Coklat”⁶⁹

Setelah mengikuti magang di PTPN XII Blitar dan Puslit Kota Jember, akhirnya Bapak Kholid Mustofa menekuni budidaya kakao dengan mengajak beberapa rekan yang kemudian membentuk Gapoktan Guyub Santoso. Di lokasi bagian barat Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar pengunjung bisa melihat biji-biji kakao yang dijemur untuk diolah kemudian. Tiket masuk Rp 5.000 dan pengunjung akan masuk ke sebuah kebun yang sudah disulap menjadi tempat yang nyaman dan santai untuk mengisi liburan anda. Ada ruangan produksi coklat di sebelah kanan tempat menjemur coklat, yang tidak boleh dimasuki pengunjung, pengunjung hanya bisa melihat dari balik dinding kaca saja.

“gapoktan yaitu gabungan kelompok tani, organisasi ini dibentuk oleh Bapak Kholid Mustofa, anggota dari organisasi ini adalah para petani yang mempunyai keahlian dalam membudidaya, mengelola, dan mengolah hasil tanaman coklat. Jadi, keberhasilan dari wisata edukasi ini tidak lepas dari usaha dan kinerja para petani coklat mbak, kami disini hanya melanjutkan kinerja hasil kreatifitas para anggota kelompok tani, dalam merekrut anggota kita lebih mengutamakan orang dalam maksudnya yang kami utamakan adalah warga sekitar area wisata edukasi karena salah satu prinsip kita adalah menyejahterakan masyarakat”⁷⁰

Di Kampung Coklat Blitar terdapat berbagai kios mini yang menjual berbagai makanan dan minuman seperti es coklat, coklat panas, nasi coklat, mie coklat, es krim dan makanan lainnya yang dijual Rp 5.000 - Rp 10.000. Ada juga makanan yang dijual prasmanan untuk pengunjung yang tidak sedekar ingin

⁶⁹ Hasil wawancara dengan mbak Ida selaku karyawan bagian operasional Wisata Edukasi Kampung Coklat di Jl. Banteng Blorok 18 Desa Plosorejo- Kademangan- Blitar tanggal 8 Juni 2017 pukul 08.55

⁷⁰ Hasil wawancara dengan mbak Ida selaku karyawan bagian operasional Wisata Edukasi Kampung Coklat di Jl. Banteng Blorok 18 Desa Plosorejo- Kademangan- Blitar tanggal 8 Juni 2017 pukul 09.10

cemilan saja. Selain itu, ada terapi ikan dengan tarif Rp. 5.000. Semua bisa dinikmati di bawah pohon kakao yang rindang, membuat suasana menjadi semakin mengasyikkan. Ada fasilitas juga mushola bagi yang akan menunaikan ibadah sholat.

Di sebelah tempat bersantai, pengunjung bisa melihat kebun bibit coklat dimana pohon coklat-coklat yang masih kecil ini disemai dan sudah muncul batangnya. Untuk edukasi, Kampung Coklat Blitar menyediakan berbagai macam paket wisata edukasi dengan tarif Rp. 15.000 - Rp. 50.000 dimana pengunjung bisa panen biji kakao, pengolahan biji kakao, diskusi dengan pakar budidaya dan sebagainya. Untuk pembelian tiket edukasi bisa dilakukan di lokasi pembelian tiket masuk.

“dari sisi edukasi, wisata edukasi kampung coklat menyuguhkan tentang bagaimana tatacara dalam bercocok tanam tanaman coklat mulai dari pembibitan hingga pemetikan buah kakao siap olah, selain itu kami memberikan penawaran mengenai tarif tiket masuk sesuai dengan keinginan wisatawan tiket tersedia mulai harga Rp. 5.000 sampai Rp. 50.000 untuk tiket biasa dengan harga Rp. 5.000 tiket ini untuk cukup untuk masuk ke area wisata kampung coklat lalu untuk tiket di atas Rp. 5.000 wisatawan akan disuguhkan fasilitas yang lebih, seperti penjelasan edukasi mengenai tanaman coklat, belajar mengolah buah kakao, atau mengikuti cooking class”⁷¹

Wisata edukasi kampung coklat mengelompokkan harga paket tiket wisata edukasi berdasarkan tingkat pendidikan formal yaitu: untuk tingkat TK , memberikan harga kunjungan atau paket Rp. 10.000 per anak, tingkat SD/SMP pakatnya Rp 20.000 per anak, untuk SMA Rp. 30.000 per anak, dan untuk paket wisata umum atau keluarga Rp. 50.000 per orang. Dengan paket tersebut akan

⁷¹Mbak Ida. Wawancara operasional Wisata Edukasi Kampung Coklat. (Beralamatkan di Jl. Banteng Blorok 18 Desa Plosorejo- Kademangan- Blitar) tanggal 8 Juni 2017. Pukul 09.25

diajari tentang budidaya dan olahan tanaman kakao, melihat proses produksi coklat, cara menghias coklat, sampai mengenal bisnis coklat. Selain itu, mereka juga mendapatkan fasilitas minuman cokelat, bahkan diperbolehkan membawa pulang coklat yang sudah mereka hias.

3. Fasilitas yang Ada pada Wisata Edukasi Kampung Coklat

Fasilitas yang memadai, nyaman serta menarik menjadi alasan tersendiri bagi wisatawan untuk mengunjungi lokasi wisata yang menjadi pilihannya. Berikut ini adalah beberapa fasilitas yang disuguhkan oleh pihak pengelola Wisata Edukasi.Kampung Coklat.

1) Lorong

Disinilah awal memasuki Wisata Edkasi Kampung Coklat, pada lokasi ini pengunjung akan disuguhi dengan cerita bagaimana cokelat tiba di Indonesia sampai dengan awal mula berdirinya Wisata Edukasi Kampung Coklat, cerita ini bisa dijumpai di dinding-dinding lorong saat akan memasuki area Wisata Edukasi Kampung Coklat.

2) Lounge

Merupakan salah satu tempat santai, tempat ini sering di sebut sebagai cafe terbukanya Wisata Edukasi Kampung Coklat, wisatawan bisa menikmati pemandangan sambil duduk santai. Tempat duduk disini cukup nyaman, duduk dibawah pohon kakao yang rindang dan ditemani dengan minuman coklat serta berbagai produk olahan yang tersedia.

3) Galeri Coklat

Tempat ini disediakan untuk menjual coklat yang telah diproduksi, bukan hanya coklat yang dijajakan di tempat ini, tetapi juga olahan coklat lain seperti keripik pisang coklat, brownies, lapis kukus dll. Tidak hanya itu tempat ini juga menjual souvenir seperti mug, tas, dan baju yang siap dijadikan oleh-oleh para wisatawan.

4) *Cooking Class*

Cooking class merupakan tempat dimana pengunjung bisa mencoba mendekorasi coklat sesuai dengan yang di inginkan.

5) Terapi Ikan

Salah satu wahana yang paling digemari pengunjung adalah terapi ikan, dimana pengunjung bisa duduk bersantai sambil memasukkan kaki ke kolam terapi ikan. Banyak sekali manfaat yang di dapat dari terapi ikan ini salah satunya dapat menenangkan pikiran dan melancarkan sirkulasi darah.

6) Warung Prasmanan

Wisata Edukasi Kmpung Coklat juga menyediakan aneka masakan Jawa yang lezat dengan harga terjangkau. Banyak sekali aneka masakan yang disediakan pada warung prasmanan ini misalnya sayur lodeh, opor ayam, tumis kangkung, sambal goreng, telur bumbu merah dll.

7) Bale Coklat dan *Live Music*

Beranjak dari warung menuju sebelah barat area Kampung Coklat pengunjung akan menjumpai Bale Coklat yang biasanya pada hari Sabtu, Minggu, maupun tanggal merah digunakan untuk acara *Live Music*.

8) *Garage*

Merupakan sebuah tempat yang menyuguhkan berbagai benda antik seperti mobil dan motor antik. Sebagian besar pengunjung memanfaatkan fasilitas ini untuk berselfie ria.

9) **Wahana**

Pada wahana ini pengunjung akan disuguhkan berbagai jenis ikan yang menarik dengan berbagai warna dan jenisnya. Bagi anak-anak wahana ini menyediakan kereta kelinci yang berjalan di atas rel, selain itu juga ada mobil-mobilan yang bisa digunakan untuk mengintari wahana bermain ini. Tidak hanya itu wahana ini juga menyediakan istana balon, *trampoline*, dan perahu gayung.

10) **Pulo Coklat**

Pulo coklat, disebut demikian karena tempat ini memiliki sebuah pulau yang dikelilinginya ada air yang mengintari pulau tersebut, pengunjung bisa menikmati menu-menu yang telah disediakan di sebelah utara pulau coklat.

*“fasilitas yang kami sajikan dalam wisata ini tidak lain adalah untuk menarik wisatawan, akhir tahun 2016 lalu kami berhasil menambah area wahana baru yaitu pulo coklat dan untuk tahun ini kami sedang dalam proses pembuatan wahana bermain anak-anak letaknya di sebelah utara area wisata edukasi kampung coklat”*⁷²

Dari waktu ke waktu kampung coklat berusaha untuk melengkapi fasilitas yang ada dengan menambah berbagai wahana bermain untuk anak-anak dan tempat santai pengunjung.

⁷²Hasil wawancara dengan mbak Ida selaku karyawan bagian operasional Wisata Edukasi Kampung Coklat di Jl. Banteng Blorok 18 Desa Plosorejo- Kademangan- Blitar tanggal 8 Juni 2017 pukul 09.40

4. Produk Olahan Wisata Edukasi Kampung Coklat

Produk olahan yang dihasilkan oleh Wisata Edukasi Kampung Coklat tidak lepas dari kreatifitas anggota Gapoktan Guyub Santoso yang melakukan pengembangan dengan memproduksi olahan coklat, organisasi ini mulai memproduksi coklat sejak tahun 2013. Coklat dengan citarasa original ber-merk GuSant menjadi produk unggulan Guyub Santoso. Produk-produk tersebut antara lain adalah: *Original Chocolate, Crispy Chocolate, Orange Chocolate Apple Chocolate, Mix Chocolat, Dark Chocolate 67%, Dark Chocolate 90% dan Dark Chocolate 100%*.

Selain produk-produk tersebut wisata edukasi kampung coklat juga menghasilkan berbagai macam produk olahan makanan yang berbahan dasar coklat. Misalnya: geti coklat, dodol coklat, roti kacang coklat, stick coklat, koin coklat, coklat batang, dan masih banyak lagi produk yang dihasilkan oleh wisata edukasi kampung coklat, semua itu tersaji didalam sebuah ruangan yang diberi nama galery coklat.

5. Lokasi Wisata Edukasi Kampung Coklat

Wisata Edukasi Kampung Coklat beralamatkan di Jalan Banteng Blorok No. 18 Desa Plosorejo Kecamatan Kademangan Kabupaten Blitar. Dasar dari penempatan lokasi ini tidaklah di tempatkan secara sengaja. Kebun coklat ini sudah ada sebelum pemilik Wisata Edukasi Kampung Coklat menjadikan kabun coklat ini disulap menjadi sebuah wisata edukasi yang mempunyai nilai edukasi dan estetika tinggi.

“dulunya ini bukanlah apa-apa mbak, area ini hanyalah kebun coklat biasa milik keluarga Bapak Kholid Mustofa yang ditanami coklat

kemudian hasil dari panen coklat dijual ke luar daerah sebelum akhirnya timbul inisiatif dari Bapak Kholid itu sendiri untuk mengelola dan mengolah kebun coklat ini menjadi wisata edukasi ”⁷³

6. Sasaran dan Tujuan Wisata Edukasi Kampung Coklat

1) Sasaran Wisata Edukasi Kampung Coklat

- Seluruh masyarakat dari berbagai kalangan usia, baik wisatawan lokal maupun wisatawan inter lokal. Wisata edukasi ini menyediakan wahana permainan anak hingga ruang santai yang nyaman bagi anda yang mau menghabiskan waktu luang bersama anggota keluarga.
- Lembaga Organisasi, tidak jarang Wisata Edukasi Kampung Coklat dijadikan tempat makan siang atau lokasi pertemuan (*meeting*) bagi mereka yang membutuhkan.
- Lembaga Pendidikan Formal, tidak jarang Wisata Edukasi Kampung Coklat menjadi tujuan wisata bagi lembaga pendidikan formal mulai dari Taman Kanak-Kanak hingga perguruan tinggi, kebanyakan mereka tertarik dengan sisi edukasi yang disajikan oleh Wisata Edukasi Kampung Coklat.

2) Tujuan Wisata Edukasi Kampung Coklat

- Mencari keuntungan yang halal, baik, dan bermanfaat
- Mensejahterakan masyarakat
- Memenuhi kebutuhan wisatawan dalam kaitannya kebutuhan rekreatif
- Memberikan lapangan pekerjaan bagi orang lain

⁷³Hasil wawancara dengan mbak Ida selaku karyawan bagian operasional Wisata Edukasi Kampung Coklat di Jl. Banteng Blorok 18 Desa Plosorejo- Kademangan- Blitar tanggal 8 Juni 2017 pukul 10.05

7. Prinsip Wisata Edukasi Kampung Coklat

Prinsip dari di bangunya Wisata Edukasi Kampung Coklat adalah Sukses Petani, Sukses Gapoktan, Masyarakat Sejahtera. Wisata Edukasi ini dibangun bukan untuk semata-mata mencari keuntungan. Dalam pembangunan wisata ini pihak pengelola melibatkan 48 petani coklat dari seluruh Kabupaten Blitar dengan membentuk organisasi yang dinamakan Gapoktan (Gabungan Kelompok Tani). Mensejahterakan masyarakat merupakan prinsip dari dibangunnya wisata edukasi ini masyarakat dapat menuangkan ide kreatifnya dengan menciptakan hasil olahan coklat, kerajinan atau hal apapun yang mempunyai nilai jual kemudian dijualnya di sekitar area wisata edukasi kampung coklat di Blitar. Selain itu masyarakat juga dapat memanfaatkan halaman rumah sebagai lokasi parkir, hal ini juga menambah pemasukan bagi masyarakat sekitar.

B. Temuan Penelitian

Temuan hasil penelitian ini disajikan oleh penulis sesuai dengan fokus penelitian.

1. Konsep Strategi Pemasaran Wisata Edukasi Kampung Coklat

Konsep pemasaran adalah suatu konsep dan cara dasar yang diterapkan dalam melakukan strategi manajemen pemasaran atau jasa pada sebuah organisasi ataupun perusahaan. Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang. Begitupula yang saat ini dilakukan oleh pengelola Wisata Edukasi Kampung Coklat dalam menetapkan konsep pemasaran. Berdasarkan hasil wawancara di lapangan yang dilakuakn oleh

peneliti secara langsung, tentang konsep strategi pemasaran yang dilakukan pihak pengelola wisata edukasi didapatkan keterangan berupa:

Fasilitas yang lengkap serta atraksi wisata yang menawan tidak cukup untuk membuat lokasi wisata yang dibangun bisa dikunjungi banyak wisatawan. Strategi pemasaran yang dilakukan pihak pengelola wisata edukasi sangat berpengaruh besar terhadap tinggi rendahnya kunjungan wisatawan. Seperti yang dijelaskan oleh mbak Sari, karyawan bagian operasional yang bertugas pada waktu itu:

“fasilitas yang kami berikan ini belum cukup untuk menarik kunjungan wisatawan karena lokasi wisata edukasi yang kita miliki ini tergolong wisata baru lokasi ini baru diresmikan pada tanggal 07 Agustus 2014 kurang lebih tiga tahun lalu. Pastinya strategi pemasaran sangat dibutuhkan dalam upaya meningkatkan kunjungan wisatawan”⁷⁴

Pemasaran pariwisata memang berbeda dengan pemasaran produk pada umumnya. Dalam ilmu ekonomi, Manusia yang melakukan perjalanan menggunakan konsep *homo economicus*, yaitu makhluk yang bersifat ekonomik, maka pariwisata dijadikan ‘*barang*’ yang dijual. Tempat objek wisata sebenarnya juga tempat kegiatan pemasaran pariwisata. Pembangunan objek wisata yang sesuai dengan motif wisatawan berarti penawaran (*supply*) yang tepat dengan permintaan (*demand*) wisatawan sebagai konsumen. Strategi pemasaran yang afektif dalam kaitanya dengan pemasaran pariwisata adalah dengan mempromosikan dan mempublikasikannya.

“banyak sekali langkah yang kami ambil dalam melakukan strategi pemasaran mulai dari skala kecil seperti pemasangan baliho, penyebaran brosur, pembuatan buku profil pariwisata, hingga periklanan melalui

⁷⁴Hasil wawancara dengan mbak Sari selaku karyawan bagian operasional Wisata Edukasi Kampung Coklat di Jl. Banteng Blorok 18 Desa Plosorejo- Kademangan- Blitar tanggal 9 Juni 2017 pukul 08.45

surat kabar, radio dan stasiun televisi lokal, tidak cukup sampai disitu kami juga membuat website resmi kampung coklat dengan alamat www.kampungcoklat.com di dalamnya terdapat berbagai informasi mengenai produk, fasilitas, hingga rutinitas yang dilakukan oleh kampung coklat.”⁷⁵

Meningkatnya kemajuan teknologi sangatlah bermanfaat terhadap pemasaran yang dilakukan pengelola wisata edukasi, apabila pemasaran yang dilakukan tanpa adanya bantuan teknologi seperti hanya menggunakan brosur, baliho, atau buku panduan pariwisata pastinya informasi mengenai pariwisata tersebut akan lambat dalam mencapai benak masyarakat khususnya masyarakat yang berada di luar kota.

Setiap usaha yang didirikan oleh suatu lembaga pasti mempunyai produk unggulan yang dapat menarik calon konsumennya dimana hal tersebut merupakan hal yang akan dipasarkan. Berikut ini penjelasan dari mbak Sari mengenai produk unggulan yang dimiliki wisata edukasi kampung coklat.

“produk yang kami tawarkan berupa destinasi wisata yang mengunggulkan tanaman coklat sebagai daya tariknya. Disini kami menyediakan tempat santai yang nyaman di bawah pohon kakao yang rindang. Selain itu kami juga menyediakan sarana dan prasarana yang mendukung waktu santai para wisatawan, infrastruktur yang lengkap dan menarik kami sajikan tidak lain adalah untuk kenyamanan pengunjung, dan kami juga menyediakan berbagai wahana bermain anak-anak seperti instana bola, penyewaan mobil-mobilan, perahu dayung dan masih banyak lagi fasilitas yang kami berikan.”⁷⁶

⁷⁵Hasil wawancara dengan mbak Sari selaku karyawan bagian operasional Wisata Edukasi Kampung Coklat di Jl. Banteng Blorok 18 Desa Plosorejo- Kademangan- Blitar tanggal 9 Juni 2017 pukul 09.05

⁷⁶Hasil wawancara dengan mbak Sari selaku karyawan bagian operasional Wisata Edukasi Kampung Coklat di Jl. Banteng Blorok 18 Desa Plosorejo- Kademangan- Blitar tanggal 29 Juni 2017 pukul 09.15.

Selain produk, pemasaran pariwisata juga terdiri dari positioning (posisi pasar), yang dimaksud disini adalah bagaimana kampung coklat dapat menempati posisi yang unik di benak masyarakat.

“dalam mencapai hal tersebut wisata edukasi kampung coklat berusaha untuk memberikan sesuatu yang berbeda dari apa yang ditawarkan oleh wisata lain, fokus dari wisata ini adalah kenyamanan bagi pengunjungnya, karena kebanyakan yang diberikan oleh wisata lain itu adalah atraksi wisatanya, sementara kebutuhan pengunjung seperti kenyamanannya kurang diperhatikan”⁷⁷

Hal utama yang sangat efektif digunakan dalam melakukan pemasaran pariwisata adalah melalui media promosi, sama halnya dengan yang dilakukan wisata edukasi kampung coklat. Dalam melakukan strategi pemasaran, wisata edukasi sangat memanfaatkan strategi promosi baik melalui media masa ataupun secara langsung. Selain promosi harga dan tempat juga mempengaruhi pemasaran.

“promosi merupakan strategi yang sangat ditekankan oleh pihak kami, jadi kami melakukan strategi promosi melalui media periklanan dan publikasi karena kami rasa media tersebut dapat dengan mudah sampai kepada target pemasar. Untuk harga dan tempat, seperti yang pernah saya jelaskan kami mengklasifikasikan harga menjadi beberapa jenis harga tergantung fasilitas dan tingkan umur. Tiket biasa dengan harga sebesar Rp. 5000 dan tiket edukasinya disesuaikan dengan tingkat usia. Sementara itu untuk penempatan tempat wisata, pemilihan lokasi wisata ini karena dari seluruh lokasi kebun coklat yang dimiliki bapak Kholod Mustofa ini merupakan lokasi kebun coklat yang mudah dijangkau oleh konsumen.”⁷⁸

Faktor lain yang mempengaruhi pemasaran pariwisata adalah pengemasan dan persekutuan bisnis. Pengemasan dalam produk jasa yang dimaksudkan adalah bagaimana penyajian produk yang ditawarkan oleh pengelola wisata edukasi.

⁷⁷ Hasil wawancara dengan mbak Sari selaku karyawan bagian operasional Wisata Edukasi Kampung Coklat di Jl. Banteng Blorok 18 Desa Plosorejo- Kademangan- Blitar tanggal 29 Juni 2017 pukul 09.50

⁷⁸ Hasil wawancara dengan mbak Sari selaku karyawan bagian operasional Wisata Edukasi Kampung Coklat di Jl. Banteng Blorok 18 Desa Plosorejo- Kademangan- Blitar tanggal 29 Juni 2017 pukul 10.05

Sementara persekutuan bisnis yang dimaksud adalah instansi lain baik individu ataupun kelompok yang ikut berperan dalam menjalankan sebuah bisnis.

*“dalam penyajian produk, kami memfokuskan pada penataan fasilitas untuk dibuat semenarik mungkin. Karena yang kita jual adalah destinasi wisata jadi kami akan berusaha untuk membuat wisata ini menarik serta dapat memberikan kenyamanan bagi pengunjung. Dalam persekutuan bisnis kami melakukan kerjasama dengan salah satu usaha mikro yang memproduksi beberapa jenis makanan yang juga berbahan dasar coklat. Dalam hal ini pihak wisata edukasi berperan dalam menjualkan produk sementara produsennya adalah orang lain”.*⁷⁹

Demikianlah hasil wawancara yang penulis lakukan dengan mbak Sari yang merupakan salah satu karyawan wisata edukasi kampung coklat bagian operasional mengenai faktor-faktor pemasaran pariwisata. Peneliti juga mengkaitkan pemasaran yang dilakuakn apakah sesuai dengan ajaran Islam, dan berikut jawaban dari mabak Sari.

*“insyaallah strategi pemasaran yang kami lakukan sesuai dengan etika bisnis dan tidak menyimpang dari ajaran-ajaran Islam karena dalam melakukan strategi pemasaran kita menerapkan sistem kejujuran dan tanpa menjelek-jelekan prosuk dari pesaing. Misalnya dalam melakukan periklanan, dalam melakukan periklanan kami menawarkan produk dari apa yang kami miliki tidak memperindah maupun melebih-lebihkan dari apa yang kita miliki”*⁸⁰

Beragam cara memang dilakukan oleh perusahaan untuk membuat produk yang mereka miliki diminati banyak konsumen. Akan tetapi hal tersebut tidaklah boleh dilakukan dengan menghalalkan segala cara, karena hal tersebut dapat merugikan salah satu pihak dan jelas hal tersebut jelas di larang

⁷⁹ Hasil wawancara dengan mbak Sari selaku karyawan bagian operasional Wisata Edukasi Kampung Coklat di Jl. Banteng Blorok 18 Desa Plosorejo- Kademangan- Blitar tanggal 29 Juni 2017 pukul 10.20.

⁸⁰ Hasil wawancara dengan mbak Sari selaku karyawan bagian operasional Wisata Edukasi Kampung Coklat di Jl. Banteng Blorok 18 Desa Plosorejo- Kademangan- Blitar tanggal 9 Juni 2017 pukul 09.30.

dalam Al-Quran. Dalam menawarkan produk haruslan menawarkan dengan apa adanya produk, tidak menutup-nutupi cacatnya produk.

2. Kendala-kendala Pemasaran.

Dalam melakukan strategi pemasaran tentunya ada kendala-kendala yang dihadapi pihak pengelola Wisata Edukasi Kampung Coklat dalam menjalankannya. Berikut pemaparan pihak pengelola wisata edukasi kampung coklat mengenai kendala-kendala yang dihadapi:

“untuk kendala yang kami hadapi cenderung kepada persaingan mbak, maksudnya beberapa tahun terakhir ini banyak sekali bermunculan lokasi wisata baru di kabupaten Blitar khususnya, sehingga hal tersebut pasti akan mempengaruhi wisatawan yang hendak berlibur terkadang mereka memilih lokasi wisata baru karena rasa penasaran dalam benak mereka tentang apa objek wisata yang ditawarkan”⁸¹

Bukanlah suatu hal yang baru jika terdapat persaingan dalam sebuah usaha yang didirikan. Tidak hanya itu, kendala yang dihadapi terkadang juga berasal dari sasaran konsumen pariwisata. Berikut paparan dari mbak Sari karyawan yang berkerja lebih dari 1 tahun bekerja di bagian operasional Wisata Edukasi Kampung Coklat.

“memang banyak sekali mbak kendala yang kami hadapi dalam melakukan strategi ini, kalau dalam segi produk mungkin yang menjadi kendalanya adalah kurangnya kreatifitas dari pihak pengelola. Jika kaitannya dengan posisi pasar, kami juga kesulitan dalam mengambil hati pihak konsumen ini karena setiap konsumen pasti mempunyai kegemaran yang berbeda-beda”⁸²

⁸¹Hasil wawancara dengan mbak Sari selaku karyawan bagian operasional Wisata Edukasi Kampung Coklat di Jl. Banteng Blorok 18 Desa Plosorejo- Kademangan- Blitar tanggal 9 Juni 2017 pukul 09.40

⁸²Hasil wawancara dengan mbak Sari selaku karyawan bagian operasional Wisata Edukasi Kampung Coklat di Jl. Banteng Blorok 18 Desa Plosorejo- Kademangan- Blitar tanggal 9 Juni 2017 pukul 09.55

Kreatifitas dalam penciptaan produk memanglah sangat dibutuhkan agar produk yang kita ciptakan dapat menarik konsumen.

*“hal lain yang menjadi kendala bagi kami adalah kurangnya kesadaran wisata bagi masyarakat, hal ini biasa dilakukan wisatawan yang kurang mengerti akan pentingnya menjaga lingkungan wisata, seperti merusak pohon kakao misalnya, mungkin hal ini memang tidak berpengaruh besar akan tetapi jika di lakukan secara terus-menerus tentu hal tersebut akan berpengaruh terhadap kami dalam memasarkan produk melalui keunggulan produk yang kita miliki”*⁸³

Seperti yang dijelaskan oleh mbak Sari kendala-kendala yang dialami dalam melakukan strategi pemasaran dapat bersumber dari banyak faktor selain kendala-kendala di atas masih ada lagi kendala yang dihadapi pihak pengelola Wiata Edukasi Kampung Coklat, berikut penjelasan dari mbak Sari.

*“faktor lain yang menjadi kendala bagi kami dalam melakukan strategi pemasaran ialah kurang maksimalnya periklanan melalui media televisi, jadi begini mbak dalam melakukan periklanan melalui media televisi untuk saat ini kami hanya bisa melakukan melalui stasiun televisi lokal yang pastinya target konsumennya lokal juga. Ya memang, kita juga melakukan pemasaran pada media masa yang jangkauannya tanpa batas tapi dalam media masa informasi yang kami sampaikan dapat diterima bagi mereka yang mengakses website kami, lain halnya dengan media televisi informasi yang kami berikan pasti secara langsung dapat sampai pada pemirsanya”*⁸⁴

Memang benar televisi merupakan salah satu media informasi yang sangat digemari bagi seluruh lapisan masyarakat baik dalam kalangan apapun. Periklanan melalui media televisi juga sangat efektif dalam menyampaikan produk ke target pemasaran.

⁸³Hasil wawancara dengan mbak Sari selaku karyawan bagian operasional Wisata Edukasi Kampung Coklat di Jl. Banteng Blorok 18 Desa Plosorejo- Kademangan- Blitar tanggal 9 Juni 2017 pukul 10.10

⁸⁴Hasil wawancara dengan mbak Sari selaku karyawan bagian operasional Wisata Edukasi Kampung Coklat di Jl. Banteng Blorok 18 Desa Plosorejo- Kademangan- Blitar tanggal 9 Juni 2017 pukul 10.25

*“Kendala lain yang kami hadapi saat melakukan strategi pemasaran terjadi saat kita melakukan pemasaran langsung. Seperti penyebaran brosur atau penjualan tatap muka hal yang menjadi kendala adalah lambatnya proses penyebaran dan kita juga membutuhkan tenaga lebih mbak. Jadi saya rasa itu merupakan kendala juga”*⁸⁵

Berbeda dengan pemasaran melalui periklanan, dalam pemasaran melalui media periklanan memang dibutuhkan biaya lebih. Akan tetapi jangkauan dalam penyebarannya lebih luas dan lebih cepat diterima oleh target. Sementara dalam penjualan langsung hal tersebut tidak membutuhkan biaya akan tetapi pemasaran yang dilakukan akan berjalan lambat.

*“minimnya kreatifitas pengelola juga menjadi kendala kami dalam menarik wisatawan melalui pengemasan produk mbak, jika kendala dalam kerjasama bisnis yang sering kita alami adalah mist komunikasi, selain itu ketidak sesuaian pengiriman barang dengan permintaan barang yang diminta pihak wisata edukasi”*⁸⁶

Suatu kendala memang tidak bisa dilepaskan dari suatu usaha yang dilakukan oleh seorang pembisnis. Setiap usaha yang sedang dijalankan pastilah ada sebuah kendala yang menyertainya.

3. Hasil yang Dicapai Pengelola Wisata Edukasi Kampung Coklat

Tujuan dari dilakukannya sebuah usaha adalah untuk mendapatkan hasil, setelah berbagai usaha dilakukan dalam strategi pemasaran wisata edukasi kampung coklat, kini kampung coklat telah menuai hasil diantaranya adalah meningkatnya kunjungan wisatawan.

⁸⁵Hasil wawancara dengan mbak Sari selaku karyawan bagian operasional Wisata Edukasi Kampung Coklat di Jl. Banteng Blorok 18 Desa Plosorejo- Kademangan- Blitar tanggal 9 Juni 2017 pukul 10.40

⁸⁶Hasil wawancara dengan mbak Sari selaku karyawan bagian operasional Wisata Edukasi Kampung Coklat di Jl. Banteng Blorok 18 Desa Plosorejo- Kademangan- Blitar tanggal 9 Juni 2017 pukul 10.55.

Disetiap tahunnya pengunjung wisata edukasi kampung coklat mengalami kenaikan yang sangat tajam. Dari sekian banyak media pemasaran yang dilakukan, menurut pengelola wisata edukasi kampung coklat pemasaran dengan cara mempromosikan dan dan mempublikasikannya dinilai sangat efektif dalam menarik kunjungan wisatawan.

“alhamdulillah sampai sejauh ini usaha wisata edukasi kampung coklat tidak pernah sepi pengunjung mbak, bahkan di setiap tahunnya pengunjung wisata edukasi ini bertambah banyak. Saat weekend pengunjung wisata edukasi bisa mencapai 2000-3000 pengunjung dan waktu hari biasa pengunjung wisata edukasi berjumlah rata-rata 500 an, jadi saat weekeng pengunjung bertambah hingga 3-4 kali lipat.”⁸⁷

Pengunjung wisata edukasi kampung coklat juga banyak yang melakukan pembelian tiket edukasi, yaitu pembelian tiket dengan harga Rp. 10.000-50.000. dimana dengan harga tiket tersebut wisatawan mendapatkan fasilitas yang lebih yaitu diajari tentang budidaya dan pengolahan tanaman kakao, melihat proses produksi coklat, cara menghias coklat, sampai mengenal bisnis coklat.

“dari seluruh hasil penjualan tiket tersebut ada juga yang membeli tiket edukasi kebanyakan dari mereka adalah rombongan dari TK dan SD, beberapa waktu lalu ada juga mahasiswa dari Universitas Kanjuruhan Malang, instansi swasta, dan masyarakat umum”⁸⁸

Tidak semua pengunjung wisata edukasi kampung coklat berasal dari wilayah Blitar, banyak sekali pengunjung yang datang dari luar kota Blitar seperti Tulungagung, Kediri, Malang, Jombang dan kota-kota lain yang ada di Jawa

⁸⁷Hasil wawancara dengan mbak Sari selaku karyawan bagian operasional Wisata Edukasi Kampung Coklat di Jl. Banteng Blorok 18 Desa Plosorejo- Kademangan- Blitar tanggal 29 Juli 2017 pukul 09.35.

⁸⁸Hasil wawancara dengan mbak Sari selaku karyawan bagian operasional Wisata Edukasi Kampung Coklat di Jl. Banteng Blorok 18 Desa Plosorejo- Kademangan- Blitar tanggal 29 Juli 2017 pukul 09.45.

Timur. Hal ini merupakan salah satu keberhasilan pengelola wisata edukasi dalam melakukan strategi pemasaran.

*“saya rasa periklanan melalui media masa dan juga melalui publikasi sangatlah efektif dalam menarik wisatawan hal ini karena jangkauan media masa sangat luas atau bahkan tanpa batas sehingga wisatawan dari luar kota banyak yang mengunjungi wisata edukasi ini karena informasi yang mereka serap dari media masa”*⁸⁹

Sasaran konsumen oleh sebuah perusahaan memang tidak hanya konsumen lokal saja pasti sebuah perusahaan menginginkan produk yang mereka miliki dikenal dan diminati oleh banyak orang hingga ke jangkauan internasional. Berikut ini peneliti paparkan hasil wawancara kepada salah satu pengunjung Wisata Edukasi Kampung Coklat yang berasal dari kota Kediri, yang kami lakukan sebelum bulan puasa karena sejauh yang saya ketahui lokasi Wisata Edukasi Kampung Coklat mengalami penurunan pengunjung saat bulan puasa hal ini karena Wisata Edukasi Kampung Coklat mengandalkan juga produk olahan makanan yang berbahan dasar coklat.

Selain melakukan wawancara kepada karyawan wisata edukasi kampung coklat, peneliti juga melakukan wawancara dengan beberapa pengunjung wisata dan tukang parkir yang bertugas. Berikut penjelasannya:

*“sebenarnya ini bukan kunjungan kami yang pertama mbak, kalau tidak salah ini kunjungan ke dua kami di kampung coklat. Waktu kunjungan pertama itu kurang lebih satu tahun lalu saat anak saya libur kenaikan kelas. Jadi waktu itu anak pertama saya sedang mencari rekomendasi lokasi wisata yang ada di Kabupeten Blitar kemudian muncul Wisata Edukasi Kampung Coklat dan anak saya tertarik lalu kami coba untuk mengunjungi kampung coklat ini”*⁹⁰

⁸⁹Hasil wawancara dengan mbak Sari selaku karyawan bagian operasional Wisata Edukasi Kampung Coklat di Jl. Banteng Blorok 18 Desa Plosorejo- Kademangan- Blitar tanggal 9 Juni 2017 pukul 09.20

⁹⁰Hasil Wawancara dengan Bapak Heru selaku Wisatawan dari desa Jogos- Pare- Kediri pada tanggal 21 Mei 2017 pukul 13.20

Dari hasil wawancara tersebut membuktikan bahwa pemasaran melalui media masa dapat dengan mudah diterima oleh masyarakat. Selain Bapak Heru peneliti juga melakukan wawancara kepada pengunjung lain yaitu Ibu Tatik yang merupakan wisatawan dari Tulungagung.

*“saya mengetahui tentang Wisata Edukasi Kampung Coklat ini karena rekomendasi dari tetangga saya mbak, jadi beberapa waktu lalu tetangga saya pernah kesini dan dia menceritakan seputar fasilitas, wahana, dan produk-produk yang ditawarkan oleh Wisata Edukasi Kampung Coklat kemudian saya tertarik, dan timbul juga rasa penasaran akhirnya saya dan keluarga memutuskan untuk mengunjungi wisata Kampung Coklat ini”*⁹¹

Selain melakukan wawancara dengan wisatawan peneliti juga sempat melakukan wawancara dengan Mas Atok selaku tukang parkir yang bertugas.

*“kalau hari libur begini pengunjungnya memang banyak banget mbak, dan sepertinya juga tidak datang dari kota-kota dekat kadang ada yang dari Nganjuk, Malang, Trenggalek. Berapa waktu lalu juga ada rombongan 1 bus dari Jombang”*⁹²

Banyaknya pengunjung yang berasal dari berbagai kota, hal ini menunjukkan keberhasilan pemasaran yang dilakukan pihak pengelola Wisata Edukasi Kampung Coklat.

C. Pembahasan Temuan Penelitian

1. Konsep Pemasaran yang dilakukan Pengelola Wisata Edukasi Kampung Coklat di Kabupaten Blitar dalam Perspektif Ekonomi Islam

⁹¹Hasil Wawancara dengan Ibu Tatik selaku Wisatawan dari desa Serut- Boyolangu-Tulungagung pada tanggal 21 Mei 2017 pukul 13.40

⁹²Hasil wawancara dengan Mas Atok selaku petugas parkir yang bertugas di Wisata Edukasi Kampung Coklat pada tanggal 21 Mei 2017 pukul 15.10

Setelah melakukan pengamatan dan penelitian Pada Wisata Edukasi Kampung Coklat di Kabupaten Blitar mengenai strategi pemasaran yang dilakukan. Peneliti akan menganalisis data dari hasil pengamatannya.

Konsep pemasaran wisata edukasi kampung coklat terdiri dari *product*, *positioning*, *price*, *promotion*, *place*, *partnership* dan *packaging*. Dalam hal produk, wisata edukasi kampung coklat mengunggulkan produk unggulan berupa destinasi wisata dengan tanaman coklat sebagai *branding* nya (merek). Dalam hal ini, wisata edukasi kampung coklat menyajikan tempat wisata yang nyaman dengan tempat duduk yang santai dan disajikan di bawah pohon kakao yang rindang.

Positioning (posisi pasar), usaha ini dilakukan wisata edukasi kampung coklat dalam menciptakan keunikan agar wisata yang dibangun dapat terkenang di benak masyarakat. Jadi, dalam melakukan usaha ini kampung coklat menyajikan sesuatu yang beda dari tempat wisata pada umumnya. Kebanyakan tempat wisata lain mengfokuskan pembangunan dari atraksi wisatanya tetapi disini kampung coklat lebih mengedepankan tentang kenyamanan bagi pengunjungnya.

Harga merupakan konsep dalam strategi pemasaran, dalam menentukan harga wisata edukasi kampung coklat membedakan penetapan harga berdasarkan paket wisata yang dipilih. Harga tikaet masuk yang biasa sebesar Rp 5.000, sementara itu tiket wisata edukasinya berkisar antara Rp. 10.000 sampai Rp. 50.000 per orang.

Faktor yang paling identik dengan strategi pemasaran adalah Promosi. Pada dasarnya strategi pemasaran terdiri dari beberapa komponen tetapi pada

wisata edukasi kampung coklat ini lebih terfokus kepada strategi pemasaran dengan media periklanan, promosi penjualan, penjualan langsung dan publikasi. Wisata Edukasi Kampung Coklat di Kabupaten Blitar melakukan strategi pemasaran dengan melakukan periklanan. Periklanan merupakan bentuk komunikasi nonpersonal dan dibayar melalui media masa seperti surat kabar, majalah, radio, televisi dan lain sebagainya. Periklanan dipakai untuk mencapai beragam tujuan, termasuk merubah perilaku konsumen, membangun *image* dan mencapai penjualan yang diinginkan. Hal ini pula yang dilakukan pihak pengelola wisata edukasi kampung coklat di kabupaten Blitar. Pihak pengelola wisata edukasi kampung coklat melakukan periklanan melalui media masa, pemasangan baliho, surat kabar, majalah dan televisi.

Promosi penjualan dilakukan pihak pengelola wisata edukasi kampung coklat dalam melakukan strategi pemasaran dengan media promosi penjualan. Promosi penjualan dilakukan pihak pengelola wisata edukasi kampung coklat dengan melakukan promosi langsung berupa pemberian brosur dan pembuatan website resmi kampung coklat. Hal ini akan mempermudah calon konsumen dalam menerima informasi mengenai produk yang akan dikonsumsinya.

Publikasi juga dilakukan pengelola wisata edukasi kampung coklat dalam melakukan strategi pemasaran. Publikasi ini dilakukan dengan cara mempublikasikannya di media masa. Selain itu publikasi langsung juga dilakukan pihak pengelola dengan cara penyebaran *leafet* dan brosur yang memberikan penjelasan mengenai produk, fasilitas, serta harga yang ditawarkan.

Pihak pengelola Wisata Edukasi Kampung Coklat juga melakukan strategi pemasaran dengan media pemasaran langsung (*direct marketing*) hal ini dibuktikan dengan beberapa waktu lalu wisata edukasi kampung coklat pernah mengadakan pengajian yang dibuka untuk umum. Melalui pengajian tersebut dapat dikatakan pihak pengelola telah melakukan interaksi langsung dengan masyarakat. Melalui kunjungan itu dapat menimbulkan daya tarik pengunjung pengajian terhadap daya tarik masyarakat.

Pemilihan tempat juga sangat mempengaruhi keberhasilan dalam melakukan pemasaran pariwisata. Dalam wisata edukasi kampung coklat tipe interaksi yang diterapkan adalah konsumen mendatangi tempat wisata edukasi kampung coklat untuk memperoleh jasa. Sehingga lokasi yang dipilihpun haruslah mudah dijangkau oleh calon konsumen. Jika kita ingat dari sejarah wisata edukasi kampung coklat pemilihan kebun kakao yang berada di Jl. Banteng Blorok No. 18 desa Plosorejo – Kademangan - Blitar ini tidaklah dengan sengaja, kebun itu telah ada sebelum pemilik wisata edukasi mempunyai rencana menjadikan kebun tersebut sebagai tempat wisata.

Pengemasan produk wisata pada wisata edukasi kampung coklat disajikan dengan rapi dan semenarik mungkin. Pemilihan warna, bentuk, dan dekorasi dibuat untuk menambah elok kawasan wisata edukasi kampung coklat ini. Pemilihan warna yang secara keseluruhan didominasi oleh warna coklat ini memberikan kesan elegan dan bernilai tinggi. Sementara itu dalam kaitannya dengan persekutuan usaha wisata edukasi kampung coklat melakukan kerja sama dengan beberapa rumah industri yang memproduksi makanan hasil olahan coklat.

Disini pihak wisata edukasi berperan sebagai pemasok sekaligus menjualkan hasil olahan makanan tersebut.

Berbagai cara dilakukan pihak pengelola wisata edukasi kampung coklat dalam memasarkan sebuah produk hal tersebut tidak lain adalah agar wisata yang dibangun dapat diminati banyak wisatawan. Akan tetapi hal tersebut tidak menjadikan pihak pengelola melakukan strategi pemasaran dengan menghalalkan segala cara. Pihak pengelola tetap berpedoman pada etika bisnis dan ajaran Islam terutama kejujuran. Dalam melakukan promosi pihak pengelola tidaklah melebih-lebihkan dari apa yang dimiliki wisata edukasi kampung coklat ataupun menjelek-jelekan produk yang dimiliki para pesaingnya.

2. Kendala-kendala yang Dihadapi Pihak Pengelola Wisata Edukasi

Kampung Coklat dalam Melakukan Strategi Pemasaran

Bukan suatu yang baru jika perusahaan mengalami berbagai kendala dalam melakukan setiap usaha yang sedang dijalankan. Seperti yang dialami oleh pihak pengelola wisata edukasi kampung coklat dalam melakukan strategi pemasaran terdapat beberapa kendala yang akan penulis jelaskan dibawah ini.

Kendala yang dialami pengelola wisata edukasi kampung coklat dalam menjalankan konsep strategi pemasaran yang terdiri dari produk, posisi pasar, harga, promosi, pengemasan dan persekutuan usaha adalah sebagai berikut: dalam hal produk yang menjadi kendala adalah kurangnya kreatifitas tenaga kerja. Jadi dalam penciptaan sebuah produk memanglah dibutuhkan keahlian khusus agar produk tetap diminati oleh wisatawan. Selain itu perlu dibutuhkan pembaharuan

uang agar kawasan wisata tetap tampil beda sehingga dapat meminimalisir tingkat kebosanan pengunjung.

Selain produk kendala juga terdapat pada konsep penentuan posisi pasar, keinginan dan kebutuhan konsumen yang berbeda-beda serta banyaknya persaingan, sangat sulit bagi wisata edukasi kampung coklat dalam mengambil hati para konsumennya. Dalam konsep harga penentuan harga jual sudah sesuai dengan prinsip-prinsip penentuan harga dan tidak pernah terjadi masalah dalam hal tersebut.

Strategi promosi yang dilakukan pengelola wisata edukasi kampung coklat dilakukan dengan beberapa langkah, diantaranya adalah dengan melakukan strategi pemasaran berupa periklanan pihak pengelola wisata edukasi mempunyai kendala berupa kurang maksimalnya penyebaran periklanan selain itu sulitnya menanamkan rasa kepercayaan bagi sasaran konsumen. Karena sasaran konsumen hanya mengenal melalui media masa dan bukan pengenalan terhadap produk secara langsung. Selain itu dalam melakukan periklanan melalui media televisi pihak pengelola wisata masih menggunakan jasa stasiun televisi lokal jadi yang menjadi target pemasaran hanyalah masyarakat daerah saja.

Selain kendala dalam melakukan periklanan pihak pengelola wisata juga mengalami kendala dalam melakukan strategi pemasaran berupa promosi penjualan dan publikasi langsung. Kendala yang dialami dalam melakukan strategi ini adalah terletak pada terbatasnya ruang gerak pihak pengelola karena strategi ini dilakukan secara langsung. Memang benar strategi ini akan lebih meyakinkan konsumen dari pada periklanan akan tetapi penyebarannya akan

sangat lambat. Pihak pengelola terjun langsung dilapangan saat melakukan strategi ini sehingga tenaga dan biaya yang dikeluarkanpun akan lebih besar.

Kendala lain yang dihadapi pihak pengelola wisata edukasi kampung coklat dalam merakukan strategi pemasaran adalah saat melakukan strategi pemasaran langsung (*direct marketing*) kendala yang terjadi dalam melakukan strategi ini adalah kurangnya partisipasi dari masyarakat.

Kurangnya kreatifitas dari pihak pengelola juga menjadi kendala dalam melakukan pengemasan jasa, tujuan dari pengemasan itu sendiri adalah bagaimana produk dapat menarik wisatawan, jika penemasan yang ditawarkan biasa saja bagaimana hal tersebut bisa menarik wisatawan. Sementara itu dalam persekutuan usaha kendala yang terjadi adalah karena perbedaan dalam pemilihan produk. Misalnya ketika pihak wisata meminta pengiriman produk berupa brownies coklat, produk yang dikirim bukan lah produk yang diminta. Hal tersebut bisa terjadi karena barang kosong ataupun kesalahan dalam komunikasi.

3. Hasil yang dicapai Pengelola Wisata Edukasi Kampung Coklat dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Wisatawan

Disetiap harinya pengunjung wisata edukasi kampung coklat berkisar antara 400-500 orang, sementara itu pada waktu hari libur pengunjung wisata edukasi kampung coklat dapat berkisar antara 2000-3000 orang. Penurunan yang jumlah pengunjung yang sangat tajam terjadi pada saat bulan puasa, hal ini karena selain mengandalkan atraksi wisata kampung coklat juga mengandalkan produk unggulan dari hasil olah tanaman coklat.

Pengunjung yang melakukan pembelian tiket edukasi juga meningkat disetiap tahunnya, kebanyakan pembeli dari tiket edukasi ini adalah berasal dari Taman Kanak-kanak dan siswa sekolah dasar. Biasanya mereka sekolah mereka menjadikan tempat wisata edukasi kampung coklat sebagai tempat tujuan rekreasi mereka. Selain dari TK dan SD, pembelian tiket edukasi juga berasal dari instansi dan masyarakat umum yang menjadi daya tarik mereka adalah pengenalan terhadap bisnis coklat yang disajikan oleh wisata edukasi kampung coklat.