

STRATEGI PENGEMBANGAN DOESOEN KAKAO SEBAGAI DESTINASI WISATA EDUKASI DI BANYUWANGI

Ayu Purwaningtyas, Eka Afrida Ermawati

Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata, Politeknik Negeri Banyuwangi
Jl. Raya Jember KM 13, Labanasem, Kabat, Banyuwangi

Informasi Artikel

Dikirim: 22 Oktober 2019
Diterima: 9 Juli 2020

Korespondensi pada penulis :

Telepon:
0812 3275 5480
Email:
ayu.purwaningtyas@poliwangi.ac.id

Abstract

This research which was done at Doesoen Kakao, Banyuwangi aimed to find strength, weaknessess, opportunity and threath and also define the development strategy for Doesoen Kakao as educational tourism destination in Banyuwangi. It is a kualitatif research using SWOT analysis. Data collection was done through indepth interview toward some parties. They are PIC Doesoen Kakao, ASTEKPOL, and Vice Manajer of Doesoen Kakao. This research results show that there are some strategies such as (1) SO strategy: expanding information, marketing and networking with travel agents, BPJS Ketenagakerjaan, and also networking with UMKM around Banyuwangi, marketing relationship is done in the form of co-marketing, and co-branding or public private partnership involvement, optimizing tools and equipments of education tourism, improving the innovation on chocolate products. ST strategy: improving innovation and creativity in creating education tourism, urging tourists not to destroy plants in kakao plantation, community empowering in the destination by informing the value and the purpose of education tourism. WO strategy: Doing promotion and socialization especially in the form of word of mouth or electronic media about education tourism package, improving service quality and amenity quality by creating special feature, improving human resource competence through competence certification or human resource tourism training by profession certification institution, adding supporting facilities, bureaucracy reformation. WT strategy: conducting promotion with various educational tourism packages to kill the boredom of the tourists.

Keywords: Doseon Kakao, Educational tourism, SWOT

PENDAHULUAN

Kabupaten Banyuwangi merupakan salah satu kabupaten yang berada di Provinsi Jawa Timur dengan bentang alam yang beragam, mulai dari pegunungan, dataran rendah serta garis pantai yang membentang sepanjang 175,8 km (Dispar Banyuwangi, 2018). Keberagaman sumber daya alam tersebut menjadikan Banyuwangi kaya akan potensi pariwisata. Kegiatan pengembangan potensi wisata yang dilakukan oleh Kabupaten Banyuwangi meliputi wisata alam, religi, budaya, kuliner, bahari dan edukasi. Salah satu destinasi wisata edukasi yang didukung oleh Pemerintah Banyuwangi adalah Doesoen Kakao. Objek wisata ini terletak di wilayah PTPN XII tepatnya di Kendenglembu

Kecamatan Glenmore Kabupaten Banyuwangi. Dalam pengelolaannya Doesoen Kakao sepenuhnya berada dalam naungan PTPN XII di bawah Afdeling Pager Gunung.

Doesoen Kakao merupakan penghasil kakao dengan kualitas ekspor serta satu-satunya penghasil komoditi kakao yang ada di Banyuwangi. Untuk menghasilkan kakao dengan kualitas dunia, kakao tersebut harus melewati beberapa tahapan. Dimulai dari tahapan budidaya sampai dengan proses pengolahan kakao menjadi makanan cokelat yang siap untuk dikonsumsi. Rahasia di balik produksi kakao jenis mulia ini belum tentu diketahui oleh masyarakat awam sehingga kawasan ini hadir sebagai media pembelajaran dan transfer ilmu kepada wisatawan yang berkunjung ke Doesoen Kakao. Selain itu, Prastiwi (2016) menyebutkan bahwa sejak tahun 1980, terjadi pergeseran minat wisatawan yang mengarah pada pilihan wisata yang lebih ramah lingkungan. Seiring dengan perkembangan tersebut, minat terhadap wisata yang menawarkan pengalaman wisata edukasi juga ikut meningkat. Destinasi wisata edukasi diharapkan mampu memberikan keterampilan dan meningkatkan pengetahuan kepada wisatawan.

Destinasi Doesoen Kakao termasuk dalam kategori objek wisata baru di Kabupaten Banyuwangi yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan, sehingga Pemerintah Kabupaten Banyuwangi memasukkan destinasi Doesoen Kakao ke dalam Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kabupaten Banyuwangi melalui Peraturan Daerah Kabupaten Banyuwangi Nomor 13 Tahun 2012. Destinasi ini akan menjadi destinasi unggulan di daerah Banyuwangi Selatan. Menurut Anas (2019), Doesoen Kakao akan dijadikan sebagai sarana informasi dan pembelajaran untuk mendorong kepedulian masyarakat terhadap kelestarian lingkungan dengan pengelolaan kelestarian ekologis. Selain itu, tahun 2020 Indonesia telah ditunjuk sebagai *host country* dalam penyelenggaraan *World Cocoa Conference* (WCC) ke-5 yang mewakili negara Asia sehingga baik pemerintah daerah maupun pusat sangat mendukung kegiatan pengembangan pariwisata dengan induk kakao.

Menurut Hidayat (2011), sebuah objek wisata dalam pengembangannya harus memiliki strategi yang komprehensif sehingga proses menjadi terencana dengan baik dan tidak menyebabkan daerah wisata mencapai fase stagnasi dalam jangka waktu yang pendek. Untuk itu, diperlukan sebuah kajian strategi agar dapat bersaing dengan objek wisata lain. David (2010), strategi menjadi sarana yang digunakan secara bersama dengan tujuan jangka panjang yang akan dicapai.

Melalui suatu alternatif strategi yang diperoleh, maka dapat diterapkan strategi terbaik dalam pengelolaannya. Selain itu, pengembangan destinasi ini dapat menjadi proses pendidikan melalui kegiatan wisata, karena kegiatan tersebut merupakan metode belajar yang efektif sehingga dapat menjadi alternatif dalam kegiatan pembelajaran yang kreatif.

KAJIAN PUSTAKA

Wisata edukasi menurut Hermawan (2017), merupakan kegiatan pariwisata yang dilakukan oleh wisatawan dengan tujuan utama untuk mendapatkan pendidikan serta pembelajaran. Pada dunia pendidikan, pariwisata sangat berhubungan dengan berbagai mata pelajaran, seperti mata pelajaran geografi, sejarah, ekonomi, bahasa, psikologi, pemasaran, bisnis, hukum, dan sebagainya.

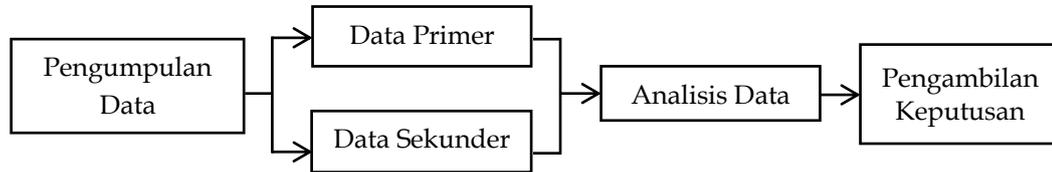
Kegiatan wisata edukasi merupakan perpaduan unsur *learning* dan *enriching* sehingga wisatawan akan mendapatkan kesenangan sekaligus pengetahuan dan pengalaman baru. Selain itu, dalam penerapan wisata edukasi diperlukan prinsip 3E yaitu: *environmental factors*, *engagement* dan *exploration* (Hasanah, 2015). Menurut Ritchie (2003), kegiatan wisata edukasi dapat dilihat sebagai sebuah produk, proses, dan fungsi. Sebagai sebuah produk, lebih ditekankan pada hasil dari pengalaman belajar, jika dilihat sebagai sebuah proses atau fungsi, fokusnya lebih pada cara untuk mencapai tujuan yang direncanakan.

Pencapaian tujuan yang akan dilakukan, dapat direncanakan melalui penetapan alternatif strategi. Salah satunya dapat melalui strategi pengembangan. Strategi pengembangan kepariwisataan nasional menurut Suwanto (2004) bertujuan untuk mengembangkan produk dan pelayanan yang berkualitas, seimbang dan bertahap. Bilton (2012) menyebutkan bahwa pembuatan strategi pengembangan harus mencakup isi, proses dan hasil yang akan dicapai.

Tujuan pengembangan pariwisata menurut Yoeti (2008), untuk memperkenalkan daya tarik wisata kepada masyarakat dengan tetap memperhatikan keaslian dan keutuhannya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan analisis SWOT. Analisis SWOT yang terbagi menjadi tiga tahapan. Tahap pertama yaitu, tahap pengumpulan data. Selanjutnya tahapan analisis data dan yang terakhir adalah tahapan pengambilan keputusan. Tahapan dalam penelitian dapat dilihat pada **Gambar 1** di bawah ini.



Gambar 1. Tahapan Analisis SWOT

Data digunakan pada penelitian terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer diambil dengan menggunakan teknik observasi dan wawancara. Teknik wawancara yang dipilih yaitu *in-depth interview*.

Kegiatan wawancara dilakukan kepada ahli kunci atau orang yang paham dengan destinasi tersebut. Pada penelitian ini *in-depth terhadap* PIC Doesoen Kakao, Astekpol Afdeling Pagar Gunung dan Asisten Manager Kebun Kendenglembu. Hasil wawancara diolah dengan menggunakan SWOT dan selanjutnya dilakukan FGD (*Focus Group Discussion*) dalam penentuan alternatif strategi. Sementara itu, data sekunder diambil dengan cara mencari dokumen terkait dan studi literatur.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Potensi Doesoen Kakao

Doesoen Kakao merupakan destinasi yang menawarkan komoditas coklat dengan sensasi berbeda. Kawasan ini terletak di sekitar area perkebunan kakao mulia sebagai komoditas ekspor Indonesia yang patut dibanggakan. Rute menuju ke Doesoen Kakao dari Banyuwangi cukup mudah untuk dijangkau karena berada pada jalur lintas selatan. Kawasan ini memiliki pabrik pengelolaan kakao beserta cafe berkisah tentang sejarah coklat mulai perkembangannya di banyak negara sampai dengan masuknya ke Indonesia. Paket wisata edukasi kakao dibuat dalam bentuk kegiatan budidaya kakao, mulai dari proses pembibitan, panen, penjemuran biji kakao, fermentasi, sortasi dan proses pengolahan biji kakao menjadi produk coklat siap saji di pabrik pengolahan coklat. Berdasarkan potensi yang dimiliki selanjutnya dilakukan *indepth-interview* kepada pengelola yang terdiri dari PIC Doesoen Kakao, Astekpol dan Wakil Manager. Ketiga narasumber dipilih karena memiliki pengetahuan dan dirasa paham tentang Doesoen Kakao. Hasil *interview* dijadikan dasar sebagai penentu Evaluasi Faktor Internal (IFE), Evaluasi Faktor Eksternal (EFE), matrik SWOT dan perumusan alternatif strategi yang dapat digunakan.

2. Evaluasi Faktor Internal (IFE)

Evaluasi faktor internal dilakukan dengan menghitung rata-rata skor tertimbang masing-masing faktor internal yang selanjutnya disusun dalam sebuah matriks evaluasi masing-masing faktor. Hasil evaluasi faktor internal dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1. Hasil Evaluasi Faktor Internal (IFE)
Faktor Internal

Kekuatan	Bobot	Rating	Skor
Daya tarik wisata Doesoen Kakao	0.084	4	0.336
Satu-satunya wisata di Banyuwangi yang menawarkan paket wisata edukasi kakao sampai dengan produk coklat dengan harga yang sangat terjangkau	0.083	4	0.332
Memiliki perkebunan kakao dan alat pengolahan kakao menjadi coklat	0.081	4	0.324
Produk coklat yang masih original	0.083	4	0.332
Event tahunan di Doesoen Kakao	0.083	4	0.332
Menjalin kerjasama dengan UMKM Bnayuwangi	0.079	4	0.316
Kerjasama dengan <i>travel agent</i> , BPJS Ketenagakerjaan	0.081	4	0.324
Total	0.574		2.296

Kelemahan	Bobot	Rating	Skor
Sistem administrasi atau birokrasi yang harus ditempuh terkait aset perusahaan	0.087	2	0.174
Kurangnya sosialisasi dan promosi tentang Wisata Doesoan Kakao yang menawarkan paket wisata edukasi	0.083	2	0.166
Belum adanya loket tiket masuk dan petunjuk parkir	0.086	2	0.172
Amenitas yang kurang memadai	0.083	2	0.166
Kurang didukung oleh Sumber Daya Manusia (SDM) yang berkompeten	0.086	2	0.172
Total	0.425		0.850
Total Skor Tertimbang	1.00		3.146

Sumber: Pengolahan Data, 2019

Berdasarkan evaluasi IFE kekuatan tertinggi dari destinasi adalah daya tarik yang dimiliki oleh Doeseon Kakao dengan skor sebesar 0.336. Hal ini, sejalan dengan Pitana dan Gayatri (2005) bahwa faktor utama yang menjadi penentu dan alasan wisatawan untuk berkunjung ke destinasi wisata adalah daya tarik wisata. Selain itu, Kovecevic (2018), kekuatan pada sebuah destinasi dapat digunakan sebagai titik awal untuk meningkatkan daya saing destinasi tersebut. Kelemahan tertinggi yang harus dihadapi adalah sistem administrasi atau birokrasi yang harus ditempuh terkait aset perusahaan dengan nilai skor 0,174.

3. Hasil Evaluasi Faktor Eksternal (EFE)

Evaluasi Faktor Eksternal (EFE) digunakan untuk mengetahui keadaan eksternal pengembangan Wisata Doesoan Kakao sebagai destinasi wisata edukasi di Banyuwangi. Berdasarkan hasil dari ketiga narasumber diperoleh bahwa meningkatnya kunjungan wisatawan untuk berwisata edukasi memiliki skor tertinggi sebesar 0,612. Sementara itu, ancaman terberat yang dihadapi dalam pengembangan destinasi adalah kebosanan wisatawan terhadap produk yang ditawarkan Wisata Doesoan Kakao dengan skor 0,450. Hasil SWOT dalam bentuk Evaluasi Faktor Eksternal dapat dilihat pada **Tabel 2**.

Tabel 2. Hasil Evaluasi Faktor Eksternal
Faktor Eksternal

Peluang	Bobot	Rating	Skor
Berpeluang untuk menjadi destinasi wisata edukasi unggulan di Banyuwangi	0.129	4	0.516
Meningkatkan kunjungan wisatawan untuk berwisata edukasi	0.153	4	0.612
Inovasi pengolahan kakao selain menjadi coklat batang dan bubuk	0.139	4	0.556
Meningkatkan peluang kerjasama dengan UMKM Glenmore, Kalibaru, dan sekitar Banyuwangi	0.150	4	0.600
Kebijakan pemerintah Banyuwangi terhadap pengembangan daerah wisata	0.146	4	0.584
Total	0.717		2.868
Ancaman	Bobot	Rating	Skor
Kebosanan wisatawan terhadap produk yang ditawarkan Wisata Doesoan Kakao	0.150	3	0.450
Kerusakan tanaman kakao dari faktor alam maupun faktor manusia	0.133	2	0.266
Total	0.283		0.716
Total Skor Tertimbang	1.00		3.584

Sumber: Pengolahan Data, 2019

Trend saat ini membuktikan bahwa wisatawan lebih memilih untuk menghabiskan waktu liburan dengan memperoleh pengalaman dan pembelajaran sehingga tidak hanya kesenangan tapi juga mengeksplorasi potensi destinasi.

Produk wisata edukasi menurut Swarbrooke (2002), memiliki karakteristik yang relatif sederhana serta murah yang mencakup unsur sosial, budaya dan membangun sumber daya yang sudah ada. Selain itu, produk wisata edukasi mencakup tiga dimensi, yaitu: produk inti, produk nyata dan produk tambahan.

Produk inti menawarkan pengalaman pendidikan dan pembelajaran sebagai manfaat utama dan benar-benar ingin dibeli wisatawan. Di Doesoan Kakao produk inti ini dapat diperoleh dari daya

tarik wisata alam dengan melakukan pembelajaran mulai proses menanam, pemanen, mengolah dan memasarkan kakao. Sementara itu, produk nyata merupakan produk inti yang dikemas dalam bentuk paket wisata dan ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan. Paket wisata di Doesoen Kakao terdiri dari Paket wisata edukasi untuk pelajar/mahasiswa, umum dan untuk wisatawan mancanegara. Masing-masing paket memiliki harga yang berbeda-beda tapi tidak mengurangi esensi dari proses pembelajaran yang diberikan. Selain produk inti dan nyata terdapat juga produk tambahan.

Produk tambahan merupakan layanan tambahan, baik yang berwujud maupun tidak yang dapat menunjang kegiatan wisatawan. Berry dalam Wijayanti (2019), produk yang bagus dalam wisata edukasi adalah sebuah produk yang unik dan sulit untuk ditiru sehingga membuat wisatawan tidak bosan. Ancaman kebosanan terhadap produk yang ditawarkan menurut Wijayanti (2017), kondisi tersebut dapat dikurangi dengan melakukan inovasi dan memenuhi keinginan dari konsumen sebagai wisatawan. Selain itu, diperlukan aksi dan reaksi antara wisatawan dengan semua hal yang berkaitan dengan aktivitas pada destinasi.

4. Analisis Posisi Wisata Doesoen Kakao

Matriks IFE dan EFE yang telah diberikan bobot dan rating serta total skor masing-masing faktor internal dan eksternal, kemudian akan digabung pada matriks Internal Eksternal (Matriks IE). Berdasarkan total skor tertimbang dari faktor internal diperoleh nilai sebesar 3, 146. Skor tersebut dijadikan sebagai sumbu X pada matriks IE. Sementara itu, pada sumbu Y diperoleh dari hasil total skor tertimbang faktor eksternal sebesar 3, 584 sehingga posisi wisata Doesoen Kakao berada pada sel I. Berdasarkan posisi matriks IE pada sel I, maka strategi yang tepat untuk digunakan di Wisata Doesoen Kakao adalah *growth strategy*. Strategi yang digunakan merupakan strategi intensif melalui penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk (Rangkuti, 2013).

5. Matriks SWOT

Matriks SWOT dibuat untuk mengetahui berbagai alternatif strategi yang dapat diimplementasikan di destinasi. Alternatif ini terdiri dari strategi SO, WO, ST dan WT. Berdasarkan analisis matriks Internal Eksternal (IE) diatas, maka diperlukan matriks SWOT untuk mengetahui strategi pengembangan Wisata Doesoen Kakao sebagai destinasi wisata edukasi di Kabupaten Banyuwangi.

Alternatif strategi meliputi: meningkatkan kerjasama dengan *travel agent*, BPJS Ketenagakerjaan untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisata edukasi serta kerjasama dengan UMKM sekitar Banyuwangi, melakukan kemitraan pemasaran dalam bentuk *co-marketing* dan *co-branding* dalam memasarkan pariwisata, yang akan mampu memperluas jangkauan target pemasaran, mengoptimalkan perlengkapan dan peralatan wisata edukasi, melakukan inovasi coklat selain menjadi produk makanan, melakukan promosi dan melalui *word of mouth* maupun media elektronik tentang paket wisata edukasi, meningkatkan mutu pelayanan jasa dan kualitas dari amenitas wisata, peningkatan kompetensi SDM melalui sertifikasi kompetensi atau pelatihan SDM pariwisata oleh Lembaga Sertifikasi Profesi (LSP), menambahkan fasilitas pendukung (seperti rambu atau petunjuk arah) dan penataan parkir kendaraan sehingga tidak mengurangi pandangan pengunjung dalam menikmati keindahan lingkungan, melakukan reformasi birokrasi, perlu adanya inovasi dan kreasi dalam membuat paket wisata edukasi agar wisatawan saat edukasi tidak monoton, perlu adanya himbuan kepada wisatawan untuk tidak merusak tanaman kakao dan sekitar wilayah perkebunan kakao serta melakukan promosi dengan varian paket wisata edukasi.

KESIMPULAN

Dari hasil analisis SWOT disimpulkan bahwa terdapat 12 strategi yang dapat diimplementasikan untuk pengembangan Wisata Doesoen Kakao. Strategi tersebut meliputi: perlu adanya inovasi dan kreasi dalam membuat paket wisata edukasi, perlu adanya himbuan kepada wisatawan untuk tidak merusak tanaman kakao dan sekitar wilayah perkebunan kakao, pemberdayaan masyarakat di daerah destinasi pariwisata dengan cara menanamkan nilai dan tujuan wisata edukasi. Strategi WO: melakukan promosi dan sosialisasi khususnya melalui *word of mouth* maupun media elektronik tentang paket wisata edukasi, meningkatkan mutu pelayanan jasa dan kualitas dari amenitas wisata yang ada dengan ciri khas tersendiri, peningkatan kompetensi SDM melalui sertifikasi kompetensi atau pelatihan SDM pariwisata oleh Lembaga Sertifikasi Profesi (LSP), menambahkan

fasilitas pendukung, reformasi birokrasi WT: melakukan promosi dengan varian paket wisata edukasi untuk menghindari kebosanan wisatawan.

DAFTAR RUJUKAN

- Anas, A. (2019). Perkuat Pariwisata Doesoen Kakao, Banyuwangi. <https://travel.kompas.com/read/2019/04/23/123215227/perkuat-pariwisata-doesoen-kakao-banyuwangi-bangun-amphitheater>. [Diakses tanggal 1 Januari 2020].
- Bilton, C. 2012. *A More Creative View of Strategy*. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/9781119208280.ch4>. [Diakses tanggal 1 Oktober 2019].
- David, F. 2010. *Manajemen Strategi Konsep*. Salemba Empat, Jakarta.
- Hasanah, N. (2015). Strategi Pengembangan Wisata Edukasi Di Desa Lebak Muncang Sebagai Desa Wisata Di Kecamatan Ciwidey, Kabupaten Bandung (Doctoral dissertation). Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung.
- Hermawan, H. 2017. *Manajemen Hospitality*. Bandung.
- Hidayat, M. (2011). Strategi Perencanaan Dan Pengembangan Objek Wisata (Studi Kasus Pantai Pangandaran Kabupaten Ciamis Jawa Barat). *Tourism and Hospitality Essentials (THE) Journal*, Vol. I, No. 1, pp 33-44.
- Kovecevic, ND. *et al.* (2018). Applying Destination Competitiveness Model To Strategic Tourism Development Of Small Destinations: The Case Of South Banat District. *Journal of Destination Marketing & Management*, Vol. 8, No. 1, pp 114-124.
- Pitana, I Gde dan Putu G. Gayatri. 2005. *Sosiologi Pariwisata*. Andi, Yogyakarta.
- Prastiwi, S. (2016). Manajemen Strategi Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Bojonegoro Dalam Mengembangkan Potensi Objek Wisata Edukasi Little Teksas Wonocolo. *Publika*, Vol. 4, No. 11, pp 1-9.
- Rangkuti, F. 2006. *Riset Pemasaran*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Ritchie, J.B. & Crouch, G.I. (2003). *The competitive destination: A sustainable tourism perspective*. CABI Publishing, Trowbridge.
- Suwantoro, G. (2004). *Dasar-dasar Pariwisata*. Andi, Yogyakarta.
- Swarbooke, J. (2002). *Development and Management of Visitor Attraction*. Fancis.
- Wijayanti. (2017). *Strategi Pengembangan Pemasaran Agrowisata di Kabupaten Jember (Studi Kasus Taman Botani Sukorambi Jember)*. [Tesis]. Bogor (ID): Istitut Pertaian Bogor.
- . (2019). *Strategi Pengembangan Wisata Edukasi di Yogyakarta*. Deepublish, Yogyakarta.
- Yoeti, Oka A. 2008. *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Pradaya Pratama, Jakarta.