**STRATEGI PENGEMBANGAN DOESOEN KAKAO SEBAGAI**

**DESTINASI WISATA EDUKASI DI BANYUWANGI**

**Ayu Purwaningtyas1, Eka Afrida Ermawati2**

Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata, Politeknik Negeri Banyuwangi

Jl. Raya Jember KM 13, Labanasem, Kabat, Banyuwangi

Korespodensi dengan Penulis: Ayu Purwaningtyas

**Nama Penulis** : Ayu Purwaningtyas; Telp: 081232755480;

E-mail: [ayu.purwaningtyas@poliwangi.ac.id](mailto:ayu.purwaningtyas@poliwangi.ac.id)

***Abstract***

*This research was done at Dosoen Kakao, Banyuwangi. The aims of this research are to find strength, weaknessess, opportunity and threath and also define the development strategy for Doeson Kakao as educational tourism destination in Banyuwangi. This research is a qualitatif research using SWOT analysis. This research results some strategis 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 inovation on chocolate products. ST strategy: improving inovation 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 sosialisation especially in the form of word of mouthor electronic media about education tourism package, improving service quality and amenity quality by creating special feature, improving human resource competence through competence sertification 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.*

***Key Words*** *: Doseon Kakao, Educational tourism, SWOT*

**Abstraks**

Penelitian ini dilakukan di Dosoen Kakao dengan tujuan untuk mencari kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman serta menentukan strategi pengembangan sebagai destinasi wisata edukasi di Kota Banyuwangi. Jenis penelitian adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis *SWOT*. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa terdapat bernagai alternatif strategi, seperti SO: Meningkatkan jaringan informasi, pemasaran dan kerjasama dengan *travel agent*, BPJS Ketenagakerjaan serta kerjasama dengan UMKM sekitar Banyuwangi, menjalin kemitraan pemasaran melalui *co-marketing* dan *co-branding*, mengoptimalkan perlengkapan dan peralatan wisata edukasi, melakukan inovasi cokelat selain menjadi produk makanan. ST: perlu adanya inovasi dan kreasi dalam membuat paket wisata edukasi, perlu adanya himbauan 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 birokasiWT: melakukan promosi dengan varian paket wisata edukasi untuk menghindari kebosanan wisatawan.

**Kata Kunci** : Doseon Kakao, Wisata Edukasi, *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. Doesoen Kakao 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 mutu dan kualitas ekspor serta satu-satunya penghasil komoditi kakao yang ada di Banyuwangi. Doesoen Kakao dijadikan wisata agro yang menawarkan wisata edukasi kakao yang ada di Banyuwangi. Destinasi ini mengusung konsep media pembelajaran yang memperkenalkan kepada pengunjung tentang budidaya kakao sampai dengan proses pengolahan kakao menjadi makanan cokelat yang siap untuk dikomsumsi. Keunikan lain dari destinasi Doesoen Kakao ialah adanya *café* cokelat dengan arsitektur bangunan kuno peninggalan penjajahan Belanda. Objek wisata ini merupakan katagori objek wisata baru di Kabupaten Banyuwangi. Untuk itu diperlukan sebuah kajian strategi agar dapat bersaing dengan objek wisata lain.

Menurut Fred, David (2010) strategi menjadi sarana yang digunakan secara bersama dengan tujuan jangka panjang yang akan dicapai. Sebelum mengkaji strategi terlebih dahulu harus diketahui tentang potensi sehingga dapat dibuat strategi pengembangan destinasi wisata edukasi di Doesoen Kakao. 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**

1. Pariwisata

Menurut Tandungan (2016) pariwisata adalah potensi dan kekayaan yang dimiliki oleh daerah sehingga bisa membantu keadaan perekonomian daerah itu sendiri. Berbagai daerah banyak yang bergantung dari sektor pariwisata sebagai salah satu sumber pendapatan dengan mempromosikan wilayah tertentu sebagai daerah tujuan wisata.

Jenis-jenis wisata menurut tempatnya berdasarkan Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 antara lain: wisata alam, wisata religi, wisata belanja, wisata kuliner, wisata edukasi, wisata budaya, wisata berburu dan wisata politik/konvensi.

1. Wisata Edukasi

Wisata edukasi menurut Hermawan, Hary (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.

1. Strategi Pengembangan

Strategi pengembangan kepariwisataan nasional menurut Suwantoro (2004) bertujuan untuk mengembangkan produk dan pelayanan yang berkualitas, seimbang dan bertahap.

**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. 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-dept interview*. Sementara itu, data sekunder diambil dengan cara mencari dokumen terkait dan studi literatur.

Pengumpulan Data

Data Primer

Data Sekunder

Analisis Data

Pengambilan Keputusan

**Gambar 1. Tahapan Analisis SWOT**

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

1. 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** | | | | |
| **No** | **Kekuatan** | **Bobot** | **Rating** | **Skor** |
| 1 | Daya tarik wisata Doesoen Kakao | 0.084 | 4 | 0.336 |
| 2 | Satu-satunya wisata di Banyuwangi yang menawarkan paket wisata edukasi kakao sampai dengan produk cokelat dengan harga yang sangat terjangkau | 0.083 | 4 | 0.332 |
| 3 | Memiliki perkebunan kakao dan alat pengolahan kakao menjadi cokelat | 0.081 | 4 | 0.324 |
| 4 | Produk cokelat yang masih original | 0.083 | 4 | 0.332 |
| 5 | *Event* tahunan di Doesoen Kakao | 0.083 | 4 | 0.332 |
| 6 | Menjalin kerjasama dengan UMKM Bnayuwangi | 0.079 | 4 | 0.316 |
| 7 | Kerjasama dengan *travel agent*, BPJS Ketenagakerjaan | 0.081 | 4 | 0.324 |
| **Total** | | **0.574** |  | **2.296** |
| **No** | **Kelemahan** | **Bobot** | **Rating** | **Skor** |
| 1 | Sistem administrasi atau birokasi yang harus ditempuh terkait aset perusahaan | 0.087 | 2 | 0.174 |
| 2 | Kurangnya sosialisasi dan promosi tentang Wisata Doesoen Kakao yang menawarkan paket wisata edukasi | 0.083 | 2 | 0.166 |
| 3 | Belum adanya loket tiket masuk dan petunjuk parkir | 0.086 | 2 | 0.172 |
| 4 | Amenitas yang kurang memadai | 0.083 | 2 | 0.166 |
| 5 | 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

1. Hasil Evaluasi Faktor Eksternal (EFE)

Evaluasi Faktor Eksternal (EFE) untuk mengetahui keadaan eksternal pengembangan Wisata Doesoen Kakao sebagai destinasi wisata edukasi di Kabupaten Banyuwangi. Hasil EFE dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

**Tabel 2.** Hasil Evaluasi Faktor Eskternal

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Faktor Eksternal** | | | | |
| **No** | **Peluang** | **Bobot** | **Rating** | **Skor** |
| 1 | Berpeluang untuk menjadi destinasi wisata edukasi unggulan di Banyuwangi | 0.129 | 4 | 0.516 |
| 2 | Meningkatkan kunjungan wisatawan untuk berwisata edukasi | 0.153 | 4 | 0.612 |
| 3 | Inovasi pengolahan kakao selain menjadi cokelat batang dan bubuk | 0.139 | 4 | 0.556 |
| 4 | Meningkatkan peluang kerjasama dengan UMKM Glenmore, Kalibaru, dan sekitar Banyuwangi | 0.150 | 4 | 0.600 |
| 5 | Kebijakan pemerintah Banyuwangi terhadap pengembangan daerah wisata | 0.146 | 4 | 0.584 |
| **Total** | | **0.717** |  | **2.868** |
| **Ancaman** | |  |  |  |
| 1 | Kebosanan wisatawan terhadap produk yang ditawarkan Wisata Doesoen Kakao | 0.150 | 3 | 0.450 |
| 2 | 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

1. 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). Skor bobot IFE pada sumbu X dan skor bobot EFE total pada sumbu Y.

Rata-rata 2,0

Lemah 1,0

Kuat 3,0

**Skor Bobot Total EFE**

4,0

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| I  Tinggi  3,0 | II | III |
| Menengah  IV  2,0 | V | VI |
| Rendah  VII  1,0 | VIII | IX |

**Gambar 2. Hasil Matriks IE (Pengolahan Data, 2019)**

Berdasarkan posisi matriks IE tersebut, maka strategi yang tepat untuk digunakan di Wisata Doesoen Kakao adalah *growth strategy* (strategi pertumbuhan).

1. Matriks SWOT

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. Strategi tersebut 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 cokelat 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 birokasi, perlu adanya inovasi dan kreasi dalam membuat paket wisata edukasi agar wisatawan saat edukasi tidak monoton, perlu adanya himbauan 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 Doeseon Kakao. Strategi tersebut meliputi: perlu adanya inovasi dan kreasi dalam membuat paket wisata edukasi, perlu adanya himbauan 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 birokasiWT: melakukan promosi dengan varian paket wisata edukasi untuk menghindari kebosanan wisatawan.

**DAFTAR RUJUKAN**

Badan Pusat Statistik (BPS). 2018. Kabupaten Banyuwangi dalam Angka. Banyuwangi

David, Fred R. 2010. Manajemen Strategi Konsep. Salemba Empat, Jakarta

Tandungan, Y, N. 2016. Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Tana Toraja Dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan Di Tana Toraja. [Skripsi]. Universitas Hasanuddin

Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Pariwisata. jdih.kemenpar.go.id/.../file-pdf/4636\_1364 UUTentangKepariwisataannet1. pdf.pdf Diakses tanggal 4 April 2018 jam 14.57.

Hermawan, Hary. 2017. Manajemen Hospitality. Bandung.