

**PERAN STRATEGI DIFERENSIASI  
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH WISATAWAN  
(STUDI KASUS KAMPUNG COKLAT BLITAR)**

Andriani & Toriqotus Sa'adah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
IAIN Kediri

**Abstract**

Differentiation is one of the strategies of a company to compete through differences in product characteristics that can be more attractive. This strategy includes product differentiation, service differentiation, personal differentiation, channel differentiation and image. One of the tourist attractions in the Blitar Regency area has succeeded in implementing a differentiation strategy in increasing the number of tourists. The place is the Kampung Chocolate Educational Tour which has been established since August 17, 2014 ago. Based on this, this study aims to determine the differentiation strategy of Kampung Chocolate Educational Tourism and determine the role of the differentiation strategy in increasing the number of tourists.

This study uses an approach that requires researchers in the field. While the data collection methods used include observation, interviews, and documentation. Then for data analysis used is data reduction, data presentation, and drawing conclusions, as well as testing the validity of data triangulation.

The results of this study explain that Kampung Chocolate Educational Tourism uses a differentiation strategy consisting of five dimensions, namely product, service, personal, channel and image dimensions. The company creates tourist destinations and chocolate processed products, as well as optimizing some of these differentiation dimensions to increase tourist attraction. Through a differentiation strategy, it has succeeded in increasing the number of visitors from 2017 to 2019, with an increase in the number of visitors reaching 13.68%.

Keywords: Differentiation Strategy and Traveller

## A. Pendahuluan

Saat ini industri pariwisata dianggap sebagai industri yang paling pesat perkembangannya. Perkembangan pariwisata yang baik dalam suatu negara tentu dapat memberikan dampak yang baik pula pada berbagai bidang kehidupan. Dari aspek ekonomi pariwisata menjadi destinasi yang sangat berperan penting bagi suatu wilayah karena dari sektor ini dimungkinkan terciptanya peluang kerja baru, meningkatkan pendapatan masyarakat lokal dan juga bisa menghasilkan devisa yang besar bagi suatu negara sehingga bisa meningkatkan perekonomian negara. Pariwisata juga menjadi industri yang ikut berperan penting bagi perkembangan dan kemajuan suatu daerah.<sup>1</sup> Pariwisata dapat memberikan keuntungan baik dalam tempat wisata itu sendiri, maupun berbagai infrastruktur pendukung lainnya seperti tempat oleh-oleh, tempat parkir, penjualan souvenir daerah, rumah makan, dan lain-lain.

Melakukan kegiatan pariwisata tentu saja membutuhkan objek atau tempat wisata, objek wisata memiliki jenis yang beraneka ragam. Secara umum pengklasifikasian objek wisata terdiri dari objek wisata alam dan objek wisata budaya. Objek wisata alam merupakan tempat wisata yang berupa keindahan alam sekitar yang diciptakan oleh sang pencipta misalnya pemandangan alam, pantai, air terjun, pegunungan yang indah. Sedangkan objek wisata budaya (*man made tourism*) adalah hasil karya manusia. Objek wisata budaya ini lebih menonjolkan keunikan estetika suatu budaya yang menarik dan dijadikan ikon dari sebuah daerah.<sup>2</sup>

Kabupaten Blitar sebagai salah satu daerah yang memiliki keunikan wisata di Provinsi Jawa Timur. Kabupaten Blitar juga memiliki potensi wisata yang cukup beragam, didukung dengan cuaca yang sejuk menambah nilai plus kabupaten Blitar dalam mengembangkan diri sebagai kota wisata yang lebih dikenal masyarakat. Ada beberapa wisata edukasi yang ada di Kabupaten Blitar, salah satu wisata edukasi yang menonjol dan berdekatan adalah Kampung Coklat dan Bukit Bunda.

---

<sup>1</sup> Muljadi A.J, *Kepariwisata dan Perjalanan* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2009), 111.

<sup>2</sup> I Gusti Bagus Arjana, *Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), 98.

Berikut ini perbedaan antara keduanya setelah peneliti melakukan observasi:

Tabel 1. 2

Perbedaan antara Kampung Coklat dan Bukit Bunda

Kampung Coklat	Bukit Bunda
1. Edukasi coklat mulai dari pembibitan, budidaya, pemetikan, melihat proses produksi sampai mengenal bisnis coklat serta cooking class untuk menghias dan mendekorasi coklat	1. Edukasi beberapa tanaman mulai dari pembibitan, perawatan, pemetikan dan pembuatan pupuk organic. Ada juga fasilitas edukasi berupa paket outbond dan bumi perkemahan
2. Mengandalkan olahan coklat	2. Mengandalkan Pemandangan diatas bukit
3. Luas ±5 hektar	3. Bekas tambang batu kapur seluas ±10 hektar
4. Lokasi berada di Desa Plosorejo Kec. Kademangan Kab. Blitar yang dapat ditempuh sejauh 20 km dari pusat kota atau sekitar 20 menit. Lokasinya kurang strategis karena tidak searah dengan rute wisata lainnya, terdapat palang, panah dan baliho yang besar di jalan utama menuju lokasi kampung coklat agar memudahkan wisatawan dari luar kota, akses jalannya mudah karena sudah beraspal semua	4. Lokasi berada di Desa Dawuhan Kec. Kademangan Kab. Blitar. Sekitar 30 menit dari pusat Kota Blitar. Lokasinya strategis terdapat palang menuju lokasi, akses jalanya mudah karena sudah beraspal dan rutanya mudah diingat Karena satu jalur utama menuju wisata pantai, air terjun yang ada di Kab. Blitar
5. Jumlah karyawan 400 orang meliputi karyawan tetap dan tidak tetap	5. Jumlah karyawan 50 orang
6. Pemberdayaan melalui ekonomi kreatif lebih berkembang dan bervariasi	6. Pemberdayaan ekonomi kreatif belum maksimal
7. Optimalisasi pada tanaman coklat	7. Optimalisasi lebih ke potensi daerah dan alam
	8. Fasilitas berupa parkir yang luas, angkringan dengan konsep café dan desain payung terbalik, pusat oleh oleh, musholla, karaoke, live music, kendaraan

<p>8. Fasilitas berupa lahan parkir yang luas di tempat warga, lorong dengan desain yang menarik, café di bawah pohon coklat, galeri coklat, galeri foto, terapi ikan, warung prasmanan, live music, meeting room, even organizer, musholla, penginapan, cooking class</p> <p>9. Wahana bervariasi seperti kereta kelinci yang berjalan diatas rel, mobil mobilan kolam renang, istana balon, trampoline, perahu gayung</p> <p>10. Harga tiket masuk Rp 5.000</p>	<p>trail untuk berkeliling di area sekitar bukit bunda, bumi perkemahan, dan paket outbond</p> <p>9. Wahana bervariasi tetapi pengelolaanya belum maksimal seperti karaoke, kolam renang, kolam tangkap ikan dan beberapa spot foto yang menarik</p> <p>10. Harga tiket masuk Rp 10.000</p>
---	---

Sumber: Observasi peneliti pada 25 Desember 2019

Perkembangan waktu yang ada membuat tempat wisata yang ada di Kabupaten Blitar mengalami juga mengalami perkembangan seperti wisata Edukasi Kampung Coklat, wisata Taman Rekreasi dan Edukasi Bukit Bunda, wisata Agro Belimbing Karang Sari dan Keboen Kopi Karanganyar. Beberapa tempat wisata tersebut memanfaatkan potensi yang dimiliki untuk dikelola menjadi produk.<sup>3</sup> oleh karena persaingan bisnis antar tempat wisata menjadi hal yang wajar terjadi. Perlu diketahui bahwa persaingan bisnis sebagai bentuk rivalitas antara pelaku bisnis untuk mendapatkan konsumen melalui kualitas barang dan jasa yang baik.<sup>4</sup>

Hal ini membuat para pengelola bisnis pariwisata terus berupaya mengembangkan aspek penting produk pariwisatanya untuk menarik konsumen atau pengunjung. Dengan adanya perkembangan usaha wisata serta tingkat persaingan yang semakin tajam, maka strategi diferensiasi menjadi penting bagi sebuah tempat wisata.

<sup>3</sup><https://www.blitarkab.go.id> diakses pada tanggal 30 Juli 2019, Pukul 22.00 WIB

<sup>4</sup> Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), 27

Melalui diferensiasi, sebuah produk akan menjadi sebuah produk yang berbeda dengan produk lainnya. Kabupaten Blitar memiliki banyak sekali objek wisata yang masih dikembangkan, salah satunya adalah Wisata edukasi Kampung Coklat yang paling ramai dikunjungi oleh wisatawan mulai dari berdiri hingga saat ini. Wisata edukasi Kampung Coklat sebagai salah satu tempat wisata yang mengusung tema pendidikan dan memiliki keunikan yang tidak dimiliki oleh sebagian objek wisata lainnya. Objek wisata ini banyak diminati oleh banyak wisatawan, karena mengandalkan hasil olahan berbagai macam produk yang berbahan dasar coklat. Sistem pembelajaran wisata edukasi kampung coklat menasar pada semua kalangan pendidikan, mulai dari TK, SD, SMP, SMA, hingga Perguruan Tinggi. Namun wisata edukasi kampung coklat tengah mengembangkan materi ke arah analisis bisnis untuk kalangan umum dan akademisi. Sehingga wajar bila objek wisata ini ramai dikunjungi para wisatawan, baik anak-anak maupun orang dewasa.

Wisata edukasi kampung coklat yang telah berkembang pesat dan semakin maju, melalui strategi diferensiasi yang diterapkan pengelola sangat menarik untuk diamati dalam persaingan bisnis wisata yang dapat meningkatkan jumlah wisatawan. Melihat dari kondisi persaingan wisata di Kabupaten Blitar tersebut mengharuskan sebuah perusahaan mempunyai nilai lebih atau pembeda dari wisata lainnya. Fenomena inilah yang menjadi alasan peneliti untuk dapat meneliti lebih lanjut tentang “Peran Strategi Diferensiasi pada Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar”.

## **B. Tinjauan Pustaka**

### **1. Pengertian Diferensiasi**

Diferensiasi dapat dimaknai sebagai proses kegiatan yang merangkai seperangkat perbedaan dalam membedakan penawaran perusahaan dengan penawaran pesaing.<sup>5</sup> Jeff Madura berpendapat melalui bukunya yang berjudul pengantar bisnis, bahwa diferensiasi produk dapat dikatakan sebagai upaya perusahaan dalam membedakan produknya dari produk pesaing lain sehingga bisa lebih unggul dan diminati. Perusahaan tentu harus jeli mencari berbagai jenis keunggulan dari produk pesaing lainnya.<sup>6</sup> Jadi dari pengertian tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa perusahaan dapat menggunakan strategi ini dengan memaksimalkan sumber daya yang dimiliki dan hal tersebut haruslah terlihat unik bagi konsumen yang tidak ada dalam perusahaan pesaing. Keberhasilan strategi ini akan mendatangkan loyalitas pelanggan, serta jika harga ditawarkan dalam kategori mahal mereka tidak mempermasalahkannya karena mereka mengonsumsi produk yang dianggap unik tentunya dengan kualitas yang baik.

## 2. Dimensi Diferensiasi

Kotler dan Keller berpendapat bahwa dimensi-dimensi yang dapat digunakan perusahaan dalam membedakan tawaran pada pasarnya adalah.<sup>7</sup>

### a. Diferensiasi Produk

Diferensiasi ini merupakan kegiatan dalam memodifikasi sebuah produk untuk menjadi lebih menarik. Diferensiasi produk ini memerlukan riset pada pasar yang mendalam agar produk ini dapat dikatakan berbeda dengan pesaing. Diferensiasi ini dapat berbentuk mutu kinerja, mutu kesesuaian, fitur, keandalan, daya tahan, gaya dan rancangan.

### b. Diferensiasi pelayanan

Selanjutnya diferensiasi terkait pelayanannya, dengan mempertimbangkan bahwa produk tidak mudah untuk di diferensiasi maka dari itu perlu menambah nilai pelayanan agar kualitasnya meningkat. Adapun bentuk pembeda yang dapat digunakan seperti meliputi pengiriman, pemasangan, kemudahan pemesanan, pemeliharaan perbaikan pelatihan pelanggan, dan lain lain.

### c. Diferensiasi Personalia

Diferensiasi ini digunakan agar Perusahaan memperoleh keunggulan dalam bersaing melalui cara mempekerjakan dan melatih karyawan dengan baik serta membandingkan dengan pesaingnya.

### d. Diferensiasi saluran

Pencapaian keunggulan bersaing pada sebuah perusahaan diperoleh melalui cara mereka dalam merancang saluran distribusi, terutama menyangkut keahlian, jangkauan, dan kinerja saluran-saluran lainnya.

### e. Diferensiasi citra

Diferensiasi citra merupakan bauran dalam sebuah elemen pencitraan, yang dapat menciptakan citra pada sebuah merek. Proses dalam pencitraan harus dilakukan dengan cara membangun, serta memaksimalkan, memanfaatkan kekuatan dan kelemahan setiap elemen citra dan memastikan bahwa merek itu memiliki prospek yang baik secara berkelanjutan. Perlu pembangunan identitas untuk mendatangkan sebuah kepribadian merek.

---

<sup>5</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* (Cilacap: Erlangga, 2009), 56.

<sup>6</sup> Jeff Madura, *Pengantar Bisnis.*, 99.

<sup>7</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Indeks, 2009), 384-388

### **C. Metode Penelitian**

Penelitian ini termasuk dalam penelitian kualitatif yang menghasilkan data deskriptif berupa tulisan atau ucapan serta dan perilaku yang diamati dari subjek penelitian tersebut.<sup>8</sup> Adapun Jenis penelitian yang digunakan merupakan penelitian studi kasus. Sedangkan sumber datayang digunakan merupakan data primer melalui metode wawancara secara langsung dan mendalam. Penelitian dengan jenis studi kasus ini dilakukan untuk mengetahui lebih dalam tentang analisis strategi diferensiasi untuk meningkatkan jumlah wisatawan pada wisata edukasi Kampung Coklat.

## **D. Hasil dan Pembahasan**

Melalui hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan oleh penulis maka dapat disimpulkan bahwa strategi diferensiasi yang dilakukan pihak pengelola Wisata Edukasi Kampung Coklat berdampak pada meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan. Dan dari tahun ke tahun semakin meningkat.

### **1. Strategi Diferensiasi Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar**

Strategi diferensiasi ini memiliki konsep utama untuk menjadi istimewa pada sesuatu yang penting bagi konsumen. Konsep Wisata Edukasi Kampung Coklat lebih ke pembelajaran atau edukasi, jadi Kampung Coklat ingin memberikan wawasan ke masyarakat luas atau pengunjung, khususnya di wilayah Blitar bahwa Kampung Coklat mempunyai potensi yang bisa diolah dan potensi tersebut bisa meningkatkan kesejahteraan warga di Blitar khususnya desa Plosorejo. Jika produk dan penawaran suatu perusahaan sama dengan yang lain, maka tidak ada perusahaan yang menang. Oleh karena itu, sebuah perusahaan harus melakukan diferensiasi. Kotler berpendapat bahwa diferensiasi sebagai strategi sebuah perusahaan dalam membedakan produknya dengan produk pesaing.

---

<sup>8</sup> Arief Furchan, *Pengantar Metode Penelitian Kualitatif*, (Surabaya: Usaha Nasional, 1992), 22



Kotler berpendapat bahwa tawaran sebuah perusahaan dapat dibedakan dalam lima segi yaitu:<sup>9</sup>

#### A. Diferensiasi Produk

Dalam melakukan diferensiasi ini, pengelola Wisata Edukasi Kampung Coklat memfokuskan pada penawaran destinasi wisata dan paket wisata berupa wisata edukasi dari mulai paud sampai SMA. Wisata edukasinya juga bermacam-macam mulai dari penanaman kakao, penanaman pohon pisang, peternakan ayam petelur, ayam jawa, dan juga budidaya kolam ikan nila. Tentu paket wisata edukasi tersebut akan didampingi pemandu wisata yang telah berpengalaman.

Selain itu paket wisata tersebut juga terdapat terapi ikan kecil di kolam yang sangat bermanfaat bagi kesehatan, kemudian ada wahana permainan untuk anak-anak, cooking class, kolam renang, mini bioskop dan panggung hiburan. Wisata di kampung coklat memiliki ciri khas yaitu tanaman coklat, serta beberapa produk yang di jual juga hasil olahan coklat. Dalam melakukan diferensiasi produk, selain menawarkan produk destinasi wisata. Pengelola Wisata Edukasi Kampung Coklat juga memfokuskan pada hasil kreatifitas karyawan dalam menciptakan produk olahan yang berbau coklat, agar produk olahan tersebut dapat dikemas dan disajikan dengan lebih menarik. Karena dari pengemasan produk yang menarik besar kemungkinan bagi calon konsumen untuk dapat tertarik dengan produk yang di miliki.

Fasilitas lain yang ditawarkan Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar yaitu menyediakan akomodasi penginapan syariah bagi wisatawan yang ingin menyewa ruangan atau untuk

---

<sup>9</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*(Jakarta: Indeks, 2009), 384-388.

mengadakan event sebuah acara. Sehingga Wisata Edukasi Kampung Coklat ini dapat digunakan objek wisata sekaligus sarana belajar. Berdasarkan tawaran fasilitas wisata tersebut, sangat sesuai dengan yang telah dikemukakan oleh Kotler yaitu diferensiasi produk sebagai langkah untuk memodifikasi produk agar lebih menarik.

#### B. Diferensiasi Pelayanan

Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar juga memanfaatkan kecanggihan teknologi untuk fasilitas pengunjung berupa free wifi dan memanfaatkan website resmi, *e-commerce* maupun lewat media sosial agar bisa melayani masyarakat luas dalam hal pemesanan produk maupun reservasi untuk kepentingan calon pengunjung dan supaya Kampung Coklat dapat dikenal baik wisatawan lokal maupun mancanegara secara luas. Dan hal tersebut sangat sesuai dengan teori yang dikemukakan Kotler mengenai pembeda pelayanan yang dapat meliputi pengiriman, pemasangan, kemudahan pemesanan, pemeliharaan perbaikan pelatihan pelanggan, dan lain lain. Namun pelayanan seperti Wifi belum berjalan dengan maksimal, karena belum tersebut dengan baik disekitar area lokasi

#### C. Diferensiasi Personalia

Menurut Kotler dimensi diferensiasi ini ditunjukkan saat sebuah perusahaan telah mendapatkan keunggulan bersaing yang kuat melalui pelatihan karyawan dan memperkerjakannya lebih baik dibandingkan pesaingnya. Diferensiasi personalia Wisata Edukasi Kampung Coklat semakin tahun mulai tertata. Karyawan Kampung Coklat terdiri dari orang-orang yang terpilih, terlatih dan dapat dipercaya. Kalau dulu punya etika bagus bisa langsung diterima bekerja, kalau sekarang ada penyaringan jadi minimal karyawan setara SMA. Hal tersebut sesuai dengan teori yang dikemukakan Kotler

bahwa karyawan yang telah terlatih dengan baik maka akan menunjukkan karakteristik sifat seperti berikut:

- a. Kemampuan memiliki keahlian dan pengetahuan yang diperlukan.

Hal ini sesuai dengan apa yang ada lapangan bahwa Wisata Edukasi Kampung Coklat menawarkan pelayanan wisata edukasi kepada kalangan pelajar dengan membuat paket paket edukasi, mengelompokkan siswa yang datang untuk pembelajarannya seperti apa. Karena materinya padat jadi konsep dan materi tergantung pada pelajar yang datang, kalau yang datang paud atau TK maka di pilih yang ringan ringan, kalau sd smp materi lebih ditambah dan SMA materinya semakin luas lagi. Di Kampung Coklat juga ada sesi forumnya, terkait dengan manajemennya, prinsip pengelolaanya, budi daya, semuanya dikupas disitu.

- b. Kesopanan, ramah, menghormati dan penuh perhatian

Hal ini dibuktikan dalam pelayanan yang diberikan kampung Coklat harus memperhatikan aspek 3S yaitu senyuman, sapa dan salam kepada pengunjung dengan baik. Selain itu yang terpenting juga adalah memiliki sopan santun, serta siap membantu dan memiliki kepedulian terhadap pengunjung. Kemudian terkait penampilan karyawan, berpakaian sesuai standar PT. Kampung Coklat. Lalu yang menjadi hal penting juga juga yaitu ramah dan berhati-hati pada setiap pelayanan agar tidak melakukan kesalahan kepada pengunjung sehingga mereka akan merasa senang dan nyaman.

- c. Kredibilitas, Dapat dipercaya

Hal ini dibuktikan bahwa Kampung Coklat juga menjamin keselamatan pengunjung contohnya dengan memasang cctv, memberikan beberapa orang

karyawan yang ada di pos pos tersebut untuk mengantisipasi kalaupun nanti memang ada kecelakaan, kampung coklat bertanggung jawab penuh dan membiayai perawatan sampai sembuh.

#### D. Diferensiasi Saluran

Pada teori yang dikemukakan oleh Kotler bahwa diferensiasi dapat tercapai dengan membentuk saluran distribusi, terutama seperti jangkauan keahlian dan kinerja saluran-saluran tersebut. Kampung Coklat juga menawarkan pelayanan paket edukasi lewat media sosial, website, dan juga mengirim surat ke beberapa sekolah-sekolah. Surat itu berupa pengenalan objek wisata edukasi khususnya tanaman kakao, jadi dengan itu bisa membuka jalur Kampung Coklat dengan pihak-pihak sekolah.

Dalam saluran distribusinya produk olahan Kampung Coklat “GuSant” dijual secara offline dan online. Penjualan secara offline hanya dilakukan di area wisata Kampung Coklat. Kampung Coklat tidak membuka toko atau outlet diluar area Kampung Coklat ataupun diluar kabupaten Blitar. Mbak Eva selaku Office Kampung Coklat mengatakan bahwa Kampung Coklat mengekspor biji coklat ke Asia Tenggara khususnya Malaysia. Ditahun 2020 Kampung coklat bekerja sama dengan beberapa instansi untuk membuka Kampung Coklat 2 diwilayah Jawa Barat dengan konsep yang sama.

#### E. Diferensiasi Citra

Diferensiasi ini menggambarkan gagasan besar yang khas dari perusahaan dalam pikiran pasar sasaran. Strategi ini merupakan cara perusahaan untuk mendapatkan keunggulan bersaing dari pesaing diantara industri yang sama lainnya.  
Strategi

diferensiasi citra erat dengan penampilan yang berbeda dari sebuah perusahaan. Perusahaan yang telah sukses menjual produknya tentu memiliki citra yang jelas sehingga menarik pelanggan. Pencitraan tersebut harus dapat memaksimalkan dan membangun kekuatan elemen citra agar produk perusahaan tersebut memiliki prospek yang baik secara terus menerus.

Citra berhubungan dengan variasi produk, arsitektur, dan komunikasi karyawan kepada pelanggan. Semua aspek tersebut dipenuhi oleh Wisata Edukasi Kampung coklat dengan baik. Sehingga pengunjung selalu kembali ke lokasi wisata entah itu menikmati wisata kembali, edukasi penanaman coklat atau menikmati produk olahan colat. Bahkan pengunjung juga merekomendasikan wisata Kampung Coklat ini kepada orang yang dikenalnya.

a. Variasi produk

Untuk mempertahankan citra produknya, Kampung Coklat telah berusaha memberikan variasi terhadap produk tersebut. Seperti pada produk edukasi yang bervariasi contohnya edukasi penanaman pohon kakao, penanaman pohon pisang, edukasi peternakan yam petelur, ayam jawa dan perikanan nila. Ada juga olahan olahan makanan dan minuman coklat yang bervariasi seperti mie coklat, pisang coklat, geti coklat, dan lain-lain. Selain itu ada juga paket wisata edukasi dari Paud sampai SMA.

b. Arsitektur atau bangunan

Kampung Coklat memiliki bangunan yang luas dengan dekorasi menarik dan indah, dengan beraneka wahana dan kebutuhan pengunjung didalamnya.

Walaupun masih ada sebagian di lokasi titik tertentu yang belum tertata karena proses pembangunan dan pelebaran lokasi.

c. Komunikasi Karyawan kepada Pelanggan

Kampung Coklat berusaha membangun komunikasi yang baik dengan pelanggan dan masyarakat sekitar berupa event event acara yang diadakan di kampung coklat.

Disini yang menjadi pembeda atau keunikan Wisata Edukasi Kampung Coklat adalah tanaman coklat dan paket wisata edukasi, bervariasinya olahan coklat dengan didukung desain bangunan yang indah dan kekinian, juga bermacam macam fasilitas yang bisa di sewa oleh instansi atau komunitas-komunitas untuk sebuah acara. Kampung Coklat lebih banyak konsep dibidang kakao. Kakao ini untuk nilai jualnya bervariasi, selain coklat olahan, Kampung Coklat juga menjual banyak varian lainnya, ekspor biji coklat ke Asia Tenggara, Kampung Coklat juga memberikan contoh untuk tempat wisata lain untuk membuka konsep yang sama.

**2. Peran yang Dicapai Pengelola Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar dalam Menerapkan Strategi Diferensiasi**

Berdasarkan hasil penelitian diatas mengenai strategi diferensiasi yang telah dilakukan oleh Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar telah dijalankan dengan baik. Sebuah usaha didirikan dengan tujuan untuk mendapatkan hasil, melalui berbagai usaha yang telah dilakukan pada strategi diferensiasi wisata edukasi kampung coklat, kampung coklat telah berhasil mencapai tujuannya yaitu dengan meningkatnya kunjungan wisatawan. Pada setiap tahun pengunjung wisata edukasi kampung coklat menunjukkan grafik yang baik dengan peningkatan yang tajam. Dapat dilihat pada tabel 5,1 dibawah ini.

Tabel 5.1  
Pertumbuhan jumlah pengunjung wisata edukasi kampung coklat selama 3 tahun terakhir

Tahun	JumlahWisatawan
2017	± 974.154 wisatawan
2018	± 1.035.335 wisatawan
2019	± 1.107.455 wisatawan

Sumber :Arsip PT Kampung Coklat tanggal 29 Desember 2019

Tabel diatas menunjukkan bahwa jumlah pengunjung objek wisata edukasi kampung coklat mengalami peningkatan sejumlah 6,36% setiap tahunnya. Hal tersebut menunjukkan bahwa strategi diferensiasi berperan dalam meningkatkan jumlah wisatawan.

Memenangkan persaingan bisnis merupakan tujuan dari setiap pelaku bisnis. Tetapi cara yang dilakukan juga harus kompetitif agar terhindar dari kecurangan yang tidak diinginkan. Sama halnya yang telah dilakukan pengelola Wisata Edukasi Kampung Coklat, dalam bersaing dan memenangkan persaingan bisnis yang ada mereka lebih terfokus pada perbaikan- perbaikan atau inovasi produk mereka sendiri. Bukan melakukan kecurangan yang bisa mengakibatkan jatuhnya para pesaing bisnis lainnya.

## **E. Kesimpulan**

### 1. Strategi Diferensiasi

Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar dalam menjalankan usaha objek wisatanya menggunakan strategi diferensiasi yang terdiri dari lima dimensi yaitu:

- a. Dimensi Produk Kampung Coklat sudah baik dibandingkan produk wisata lainnya, produk kampung coklat berupa olahan produk makanan minuman berbau coklat. Menawarkan unsur destinasi wisata dan edukasi yang tidak hanya berupa coklat tetapi juga ada peternakan ayam petelur, ayam jawa, kolam ikan nila. Selain itu juga

menawarkan wahana-wahana berupa kolam renang, bioskop mini, perahu dayung, sepeda listrik, kereta mini dll.

- b. Dimensi pelayanan, Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar dari segi pelayanan hampir sama dengan wisata pada umumnya yaitu memanfaatkan kecanggihan teknologi untuk fasilitas pengunjung berupa free wifi dan memanfaatkan website resmi, e commerce maupun lewat media sosial agar bisa melayani masyarakat luas dalam hal pemesanan produk maupun reservasi untuk kepentingan calon pengunjung. Walaupun dalam lokasi wisata, fasilitas wifinya tidak bisa di gunakan di semua area.
- c. Dimensi personalia, dari segi diferensiasi personalia Wisata Edukasi Kampung Coklat semakin tahun mulai tertata dan semakin baik. Karena karyawan Kampung Coklat terdiri dari orang-orang yang terpilih, terlatih dan dapat dipercaya.
- d. Dimensi saluran Kampung Coklat sudah maksimal yaitu dengan menawarkan pelayanan paket edukasi lewat media sosial, website, dan juga mengirim surat ke beberapa sekolah-sekolah. Hasilnya adalah Kampung Coklat dapat mengekspor biji coklat sampai ke Asia Tenggara khususnya Malaysia. Dan ditahun 2020 Kampung coklat bekerja sama dengan beberapa instansi untuk membuka Kampung Coklat 2 diwilayah Jawa Barat dengan konsep yang sama.
- e. Dimensi citra, erat hubunganya dengan variasi produk, arsitektur, dan komunikasi karyawan kepada pelanggan. Semua aspek tersebut dipenuhi oleh Wisata Edukasi Kampung coklat dengan baik. Sehingga pengunjung selalu kembali ke lokasi wisata. Wisata Edukasi Kampung Coklat berusaha untuk mengoptimalkan semua dimensi diferensiasi yang dimiliki untuk meningkatkan daya tarik. Dengan cara terus



mengembangkan daya tarik wisata sekreatif mungkin, membangun, melengkapi fasilitas-fasilitas untuk kenyamanan dan kepuasan pengunjung. Jika Wisata Edukasi Kampung Coklat mengoptimalkan dimensi diferensiasi, maka wisatawan akan tertarik dan pelanggan datang kembali serta memilih Wisata Edukasi Kampung Coklat sebagai wisata favorit. Dari kelima dimensi diferensiasi tersebut, yang sangat baik dan menonjol adalah diferensiasi produk.

## 2. Peran Strategi Diferensiasi dalam Meningkatkan Jumlah Wisatawan

Strategi diferensiasi ini telah dilakukan pengelola wisata edukasi kampung coklat dengan maksimal. Hal tersebut terbukti dengan adanya pertumbuhan jumlah wisatawan yang meningkat sebesar 13.68 % setiap tahunnya. Bukan hanya kunjungan biasa yang bertambah, melainkan juga kunjungan terhadap pembelian tiket edukasi juga mengalami kenaikan di setiap tahunnya. Sebagian besar paket edukasi tersebut diminati oleh instansi pendidikan taman kanak-kanak dan juga sekolah dasar

