

Upaya Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Melalui Strategi *Packaging And Programming* Paket Wisata di Taman Kakao Cokelat Desa Banjaroya

Ellen Aurelie Basuki^{1*}, Tonny Hendratono², Nur Widiyanto²

^{1*,2,3}Institusi Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarukmo Yogyakarta Penulis, Indonesia

Korespondensi penulis: ellen.aurelie@pertiwi.ac.id*

Abstract. Banjaroya Village, Kulon Progo Regency has many tourism potentials, one of which is the Chocolate Cocoa Park. As an educational tourist attraction based on agrotourism, the Chocolate Cocoa Park serves several activities offered to tourists related to the cultivation of Cocoa plants and Chocolate production. However, in this case, the Chocolate Cocoa Park has not packaged and programmed the activity services well. The results of the study show that there are several things that need to be fixed in packaging and providing educational package programs at the Chocolate Cocoa Park. The thing that needs to be fixed is the way to package the tour package, it needs to display an itinerary so that tourists feel easy and can manage their time to participate in the activity. Then the programming is by grouping the activities offered according to the focus of each activity so that tourists can choose what focus activities they want to participate in.

Keywords: *Packaging and Programming, Tour Packages, Chocolate, Banjaroya Village*

Abstrak. Desa Banjaroya Kabupaten Kulon Progo memiliki banyak potensi wisata, salah satu yang menjadi unggulan adalah Taman Kakao Cokelat. Sebagai objek wisata edukasi berbasis agrowisata, Taman Kakao Cokelat melayani beberapa aktivitas yang ditawarkan wisatawan terkait budidaya tanaman Kakao dan produksi Cokelat. Namun dalam hal ini, Taman Kakao Cokelat belum mengemas dan memprogram layanan aktivitas tersebut dengan baik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada beberapa hal yang perlu dibenahi dalam mengemas dan memberikan program paket edukasi di Taman Kakao Cokelat. Hal yang perlu dibenahi yaitu cara dalam mengemas paket wisata perlu menampilkan itinerary agar wisatawan merasa mudah dan dapat mengatur waktunya untuk mengikuti kegiatan tersebut. Kemudian programming-nya yaitu dengan mengelompokkan kegiatan-kegiatan yang ditawarkan sesuai fokus bidang masing-masing kegiatan tersebut sehingga wisatawan dapat memilih fokus kegiatan apa yang ingin diikuti.

Kata kunci: *Packaging and Programming, Paket Wisata, Cokelat, Desa Banjaroya*

1. LATAR BELAKANG

Sektor pariwisata dapat berkembang secara berkelanjutan apabila selalu menciptakan inovasi-inovasi produk baru seperti paket wisata, daya tarik wisata, atraksi wisata hingga produk cinderamata. Dari berbagai macam bidang di sektor pariwisata salah satu yang perlu dikembangkan yaitu wisata minat khusus. Dalam Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1990, Wisata Minat Khusus diartikan sebagai wisata yang memanfaatkan sumber daya alam dan potensi seni budaya bangsa untuk menimbulkan daya tarik dan minat khusus sebagai sasaran wisata.

Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta menjadi salah satu destinasi tujuan wisata di Indonesia yang banyak diminati oleh wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara. Dari sekian banyak desa di Yogyakarta, terdapat salah satu desa yang mengunggulkan wisata edukasi berbasis pertanian atau agrowisata yaitu Desa Banjaroya. Terletak di Kabupaten Kulon Progo, Desa Banjaroya cukup diminati oleh banyak wisatawan. Hal tersebut dibuktikan oleh tabel berikut:



Gambar 1 Jumlah Pengunjung Desa Banjaroya Kabupaten Kulon Progo Tahun 2022

Sumber: Data Statistik Kepariwisata Dinas Pariwisata DIY 2022

Daya tarik yang ditawarkan Desa Banjaroya meliputi agrowisata yang berkolaborasi dengan edukasi. Salah satu atraksi yang menarik untuk dikembangkan adalah UMKM yang berfokus pada produksi cokelat yaitu Taman Kakao Cokelat. UMKM ini menawarkan berbagai jenis aktivitas yang dapat dilakukan oleh wisatawan selama berkunjung. Mulai dari menanam bibit pohon kakao hingga bagaimana cara produksi cokelat. Kendala yang ditemui oleh wisatawan ketika berkunjung di Taman Kakao Cokelat adalah tidak mengetahui sejarah dari cokelat dan hanya dapat belajar produksi cokelat secara sederhana.

Setelah dilakukan pra survey penelitian, Provinsi DIY ternyata juga memiliki sebuah Museum Cokelat dan merupakan satu-satunya di Yogyakarta yaitu *Museum and Factory Chocolate Monggo*. Di Taman Kakao Cokelat wisatawan hanya dapat belajar cara produksi cokelat secara sederhana. Namun di *Museum and Factory Chocolate Monggo*, selain belajar mengenai sejarah cokelat juga akan belajar bagaimana memproduksi cokelat di pabrik dengan skala lebih besar sehingga wisatawan dapat belajar perbedaannya. Selain itu, Yogyakarta juga memiliki sebuah Restoran Meksiko yaitu "*Por Aqui*" yang menawarkan berbagai jenis makanan dan minuman khas Meksiko. Hal tersebut tentu akan menjadi saling keterkaitan karena cokelat adalah makanan khas Amerika Selatan yaitu Meksiko.

Agar wisatawan dapat menikmati semua objek tersebut, perlu dirancang sebuah produk yang melibatkan objek-objek tersebut di dalamnya. Salah satu produk pariwisata yang cukup diminati wisatawan adalah Paket Wisata. Menurut Nurazizah et al (2022), Paket wisata didefinisikan sebagai sebuah kegiatan perjalanan wisata meliputi satu atau lebih tujuan wisata yang dirancang lengkap dengan berbagai fasilitas perjalanan menjadi satu acara perjalanan yang tetap, kemudian dijual dengan harga tunggal dan didalamnya sudah termasuk seluruh komponen dari perjalanan wisata.

Setelah dirancangnya paket wisata, hal selanjutnya yang perlu diperhatikan adalah bagaimana *packaging* dan *programming* paket wisata tersebut. Menurut Morisson (2002:249), *marketing mix* yang awalnya hanya 7P sekarang berkembang menjadi 8P khusus untuk pemasaran jasa dalam bidang pariwisata. 8P terdiri dari *product, partnership, people, packaging, programming, place, promotion and pricing*. Strategi ini cukup diperlukan oleh suatu perusahaan agar tercapai tujuan pemasaran, seperti: meningkatkan pendapatan penjualan, memperluas jangkauan pasar, menaikkan keuntungan perusahaan, meningkatkan kepuasan pelanggan, meningkatkan kesetiaan konsumen, hingga meningkatkan ekuitas brand (Karma et al, 2023).

Oleh karena itu perlu dilakukan pengkajian dan pengembangan produk paket edukasi di Taman Kakao Cokelat melalui strategi *packaging and programming* paket wisata. Adapun pertanyaan penelitian yang digunakan adalah bagaimana *packaging and programming* paket wisata berbasis cokelat di Taman Kakao Cokelat?.

2. KAJIAN TEORITIS

Wisata Minat Khusus

Wisata minat khusus atau *special interest tourism* adalah bentuk kegiatan wisata yang lebih mengutamakan wisatawan yang mempunyai motivasi tertentu yang bersifat khusus. Wisata minat khusus dapat diartikan sebagai suatu perjalanan wisata yang berlangsung pada tempat-tempat yang mempunyai atribut fisik yang menekankan pada unsur tantangan, rekreatif, dan pemenuhan kebutuhan seorang wisatawan melalui keterlibatan atau interaksi dengan unsur alam (Syarifuddin et al, 2019). Pemasar pariwisata bahkan mulai melayani segmen ini dan segmen berkembang lainnya dengan menawarkan rencana perjalanan yang disesuaikan dengan gaya hidup konsumen (Wen, J., & Wu, M. Y, 2020).

Paket Wisata

Paket wisata menurut pendapat Camilleri (2019:18), bahwa paket wisata merupakan kegiatan wisata yang memasukkan beberapa layanan seperti, layanan transportasi dan layanan akomodasi yang dibeli oleh wisatawan dalam bentuk harga tunggal. Paket wisata yaitu suatu produk wisata yang berisi komposisi perjalanan yang disusun kemudian dijual untuk memberi kemudahan dan kepraktisan dalam kegiatan perjalanan (Hermawan & Brahmanto, 2018:42). Kemudian menurut Abrori (2021:20), paket wisata yaitu suatu rencana perjalanan wisata yang telah tersusun secara tetap dengan harga tertentu termasuk layanan angkutan, penginapan, dan perjalanan.

Packaging and Programming (Pengemasan dan Pemrograman)

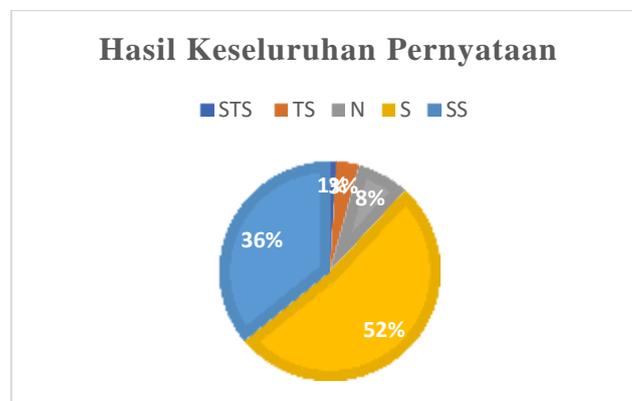
Pengemasan merupakan kombinasi layanan terkait dan saling melengkapi ke dalam penawaran dengan harga tunggal. Sedangkan pemrograman adalah suatu cara yang berkaitan erat dengan pengemasan yang melibatkan pengembangan aktivitas, acara, atau program khusus dalam meningkatkan belanja pelanggan, atau untuk memberikan daya tarik tambahan pada suatu paket wisata atau layanan perjalanan lainnya. Produk wisata kreatif harus dipasarkan untuk menarik wisatawan. Pemasaran dan *branding* harus ditetapkan untuk membantu menciptakan citra destinasi. Dalam pasar yang lebih kompetitif, pemasaran yang baik berfungsi untuk mengidentifikasi dan membedakan suatu destinasi.

3. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan untuk penelitian ini adalah *mix method*. *Mixed methods* adalah sebuah jenis penelitian metode campuran yang melibatkan pengumpulan data kualitatif dan kuantitatif, dan analisis data mengintegrasikan kedua bentuk data tersebut. (Creswell, JW, & Creswell, JD, 2018). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik komunikasi atau wawancara, teknik observasi, penyebaran angket dan teknik dokumentasi.

Langkah pertama peneliti menggunakan metode kualitatif, tahap-tahapnya yaitu tentukan rancangan penelitian yang di dalamnya terdapat masalah, atau potensi, atau bahkan hanya sekedar ingin mengetahui dalam rancangan itu ada apa. Langkah kedua peneliti menggunakan metode kuantitatif yang berdaya guna untuk menguji hipotesis yang ditemukan pada penelitian langkah pertama.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN



Gambar 2 Hasil Keseluruhan Pernyataan

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, (2024)

Dari hasil analisis data penyebaran kuesioner, dapat disimpulkan bahwa sebanyak 52% dari 100 responden menyatakan setuju bahwa paket wisata coklat diadakan di Taman Kakao Cokelat dan dirancang dengan berbagai fasilitas yang dapat memudahkan wisatawan dalam belajar mengenai coklat.

Di Taman Kakao Cokelat terdapat beberapa kegiatan yang ditawarkan mulai dari cara menanam tanaman Kakao, cara pengolahan biji Kakao hingga cara produksi coklat. Bapak Johan Salbiyantoro sebagai pemilik selaku pengelola menjelaskan bahwa pelayanan kegiatan yang diberikan wisatawan akan menyesuaikan permintaan wisatawan ingin belajar bagian apa atau keseluruhan kegiatan yang ada. Dalam memasarkan paket wisata produknya, Taman Kakao Cokelat selain berfokus pada produk yang mereka hasilkan, diperlukan juga fokus pada bagaimana cara menyampaikannya kepada konsumen. Namun untuk paket wisata di Taman Kakao Cokelat, dari segi *packaging and programming* masih perlu dikaji kembali agar bisa menarik wisatawan lebih banyak lagi.

Packaging Paket Edukasi Taman Kakao Cokelat



Gambar 3 *Packaging* Paket Edukasi Taman Kakao Cokelat

(Sumber: Taman Kakao Cokelat)

Perlu beberapa hal yang ditambahkan atau diperbaiki dalam mengemas paket edukasi di Taman Kakao Cokelat seperti:

1. Tampilan brosur yang kurang menarik, seharusnya di dalam brosur bisa menampilkan *itinerary* (susunan acara) tidak hanya daftar kegiatan saja. Menurut Suyitno (2001), *itinerary* yaitu sebuah dokumen yang mendeskripsikan tentang aktivitas wisata yang akan dilakukan. Sehingga wisatawan bisa memahami kegiatan apa saja yang akan dilakukan dan dapat mengakumulasikan waktunya dengan baik untuk mengikuti kegiatan tersebut.

2. Dalam brosur juga tidak menampilkan harga. Adanya informasi harga akan memudahkan wisatawan dalam memutuskan suatu pembelian produk lebih cepat dibandingkan harus menghubungi pihak Taman Kakao Cokelat terdahulu untuk mendapatkan informasi lebih lanjut. Dikhawatirkan apabila respon dari pihak Taman Kakao Cokelat lambat akan mempengaruhi hasil keputusan pembelian wisatawan.
3. Dalam mendeskripsikan kegiatan yang ditawarkan, foto-foto yang digunakan dalam brosur seharusnya merupakan foto-foto kegiatan yang berhubungan dengan kegiatan tersebut. Sehingga wisatawan dapat memiliki gambaran dengan kegiatan apa yang nantinya akan diikuti.
4. Dalam brosur juga belum menjelaskan kegiatan yang ditawarkan merupakan kegiatan dalam satu paket atau tidak. Sehingga ditemukan kekurangan informasi mengenai produk.

***Programming* Paket Edukasi Taman Kakao Cokelat**

Dalam suatu *packaging* terdiri atas *programming* atau susunan aktivitas. Berbagai macam aktivitas yang ditawarkan oleh Taman Kakao Cokelat dapat menarik wisatawan, khususnya yang memiliki minat khusus dalam belajar mengenai budidaya tanaman Kakao atau proses pembuatan cokelat. Dalam mengemas berbagai macam kegiatan tersebut perlu diperhatikan fokus dari tujuan pengemasan agar bisa menjadi sebuah paket edukasi yang menarik. Hal tersebut dapat dilakukan dengan cara mengelompokkan kegiatan-kegiatan tersebut. Contohnya seperti Paket Budidaya Tanaman Kakao, Paket Pengolahan Biji Kakao, dan Paket Pembuatan Cokelat.

Dengan mengelompokkan kegiatan yang berhubungan, wisatawan dapat menentukan fokus kegiatan apa yang ingin dilakukan. Selain itu, Taman Kakao Cokelat juga dapat menambahkan fasilitas lainnya di masing-masing paket seperti *homestay*, makan siang atau berbagai produk cokelat. Sehingga wisatawan tidak hanya mendapatkan pengalaman namun lebih dari itu. Kemudian Taman Kakao Cokelat setelah itu dapat menentukan harga sesuai dengan isi kegiatan yang ditawarkan.

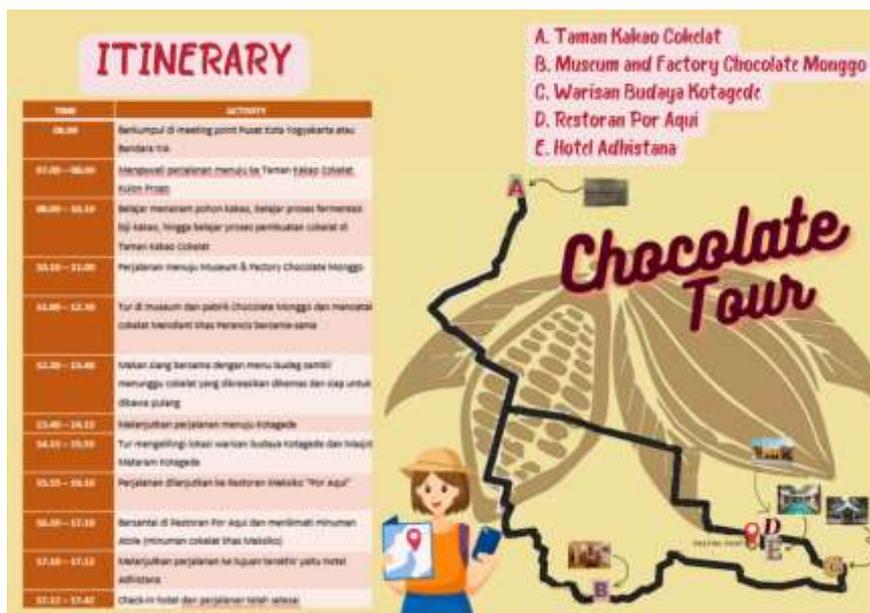
Dalam diskusi peneliti dengan pemilik dan pengelola Taman Kakao Cokelat, peneliti menyampaikan bahwa 52% responden setuju bahwa Taman Kakao Cokelat menyediakan paket wisata yang dapat berintegrasi dengan komponen-komponen lainnya seperti hotel, museum maupun restoran. Kemudian Pak Johan selaku pemilik dan Pengelola Taman Kakao Cokelat dan peneliti mencoba mengeksplor potensi-potensi yang dimiliki Yogyakarta dan

berhubungan dengan cokelat. Sehingga muncul beberapa spot diantaranya Museum Cokelat, Restoran Meksiko dan Objek Warisan Budaya. Berikut hasil diskusinya:



Gambar 4 Judul Paket Wisata
(Sumber: Hasil Olahan Peneliti)

Di bagian depan ditampilkan judul paket wisata agar wisatawan mengetahui paket wisata apa yang akan diikuti. Kemudian sudah terdapat harga sehingga wisatawan dapat memutuskan pembelian lebih cepat dibanding tidak menampilkan harga. Selain itu sudah terdapat fasilitas apa saja yang nantinya akan didapat sehingga wisatawan mendapatkan banyak produk dalam satu paket dan akan merasa lebih murah.



Gambar 5 Paket Wisata
(Sumber: Hasil Olahan Peneliti)

Di bagian belakang brosur sudah terdapat *itinerary* (susunan acara) sehingga wisatawan dapat menggambarkan kegiatan apa saja yang nantinya akan dilakukan dan membutuhkan waktu berapa lama. Selain itu juga terdapat *travel pattern* atau pola perjalanan sehingga wisatawan dapat mengetahui rute mana saja yang akan dilewati dan sejauh apa nantinya.

Namun untuk menerapkan paket wisata tersebut masih ditemukan kendala di Taman Kakao Cokelat seperti:

- Kualitas SDM yang masih belum layak.
- Alat transportasi yang belum tersedia untuk mengantarkan wisatawan.
- Manajemen yang belum tertata baik.
- Belum pernah melakukan kerjasama dengan spot-spot tersebut.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Sebanyak 52% dari 100 responden setuju jika di Taman Kakao Cokelat diadakan Paket Wisata Cokelat dengan *packaging and programming* yang menarik yaitu dengan memberikan fasilitas yang lengkap untuk memudahkan wisatawan dalam belajar atau mendapatkan ilmu. Namun dalam paket edukasi yang terdapat di Taman Kakao Cokelat belum memiliki *packaging* dan *programming* yang menarik. Kemudian masih ditemukan beberapa hal yang perlu dibenahi dalam *packaging* seperti tampilan brosur tidak terdapat *itinerary*, harga, foto yang ditampilkan tidak berkaitan dan informasi belum jelas. Selain itu dalam *programming* yang ditawarkan juga belum tertata sehingga fokus kegiatan yang diinginkan wisatawan masih belum jelas dan perlu dikelompokkan agar tersusun dengan baik.

DAFTAR REFERENSI

- Abrori, F. (2021). *Pariwisata halal dan peningkatan kesejahteraan*. Indonesia: Literasi Nusantara.
- Camilleri, M. A. (2019). *Tourism planning and destination marketing*. UK: Emerald Publishing Limited.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). LA: SAGE.
- Hermawan, H., & Brahmanto, E. (2018). *GEOWISATA: Perencanaan pariwisata berbasis konservasi*. Penerbit NEM.
- Junaedi. (2023, October 4). *Penyusunan paket wisata*. Pemerintah Kalurahan Panggungharjo. Retrieved April 5, 2024, from <https://www.panggungharjo.desa.id/penyusunan-paket-wisata/>

- Karma, N. M. C. R., Manumono, D., & Dinarti, S. I. (2023). Penerapan strategi bauran pemasaran terhadap penjualan sayuran organik di Bos Fresh pada saat pandemi Covid-19. *Agrotechnology, Agribusiness, Forestry, and Technology: Jurnal Mahasiswa Instiper (AGROFORETECH)*, 1(1), 232-238.
- Morrison, A. M. (2002). *Hospitality and travel marketing* (3rd ed.). USA: Delmar Thomson Learning.
- Nurazizah, F. W., Noor, A. A., & Utomo, S. R. S. P. (2022, August). Buku panduan elektronik pembuatan paket wisata di Travelab Politeknik Negeri Bandung. In *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar* (Vol. 13, No. 01, pp. 1367-1372).
- Suyitno. (2001). *Perencanaan wisata: Tour planning*. Yogyakarta: Kanisius.
- Syarifuddin, D., Suryana, S., Musafa, M., Martina, S., & Priyanto, R. (2019). Strategi penetapan harga dalam meningkatkan minat berkunjung wisatawan di Villa Kancil Kampoeng Soenda Majalaya. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 225-232.
- Undang-Undang No. 9 Tahun 1990 tentang: Kepariwisataaan.
- Wen, J., & Wu, M. Y. (2020). How special is special interest tourism—and how special are special interest tourists? A perspective article in a Chinese context. *Current Issues in Tourism*, 23(16), 1968-1972.