



AGROMIX

Jurnal Ilmiah Fakultas Pertanian, Universitas Yudharta Pasuruan
 pISSN (Print): 2085-241X; eISSN (Online): 2599-3003
 Website: <https://jurnal.yudharta.ac.id/v2/index.php/agromix>

Strategi pengembangan agrowisata kopi rakyat di Jawa Timur

Developing strategy of community based coffee agrotourism in East Java

Fajar Rasyidi Hidayat, Luchman Hakim, Rita Parmawati

¹ Program Magister Ilmu Lingkungan, Universitas Brawijaya, Malang, Indonesia

² Jurusan Biologi, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Brawijaya, Malang, Indonesia

³ Sekolah Pascasarjana, Universitas Brawijaya, Malang, Indonesia

*Email Korespondensi: rita_parmawati@ub.ac.id

ABSTRACT

Article history

Received : July 7, 2022

Accepted : Mey 25, 2023

Published : September 30, 2023

Keyword

Agrotourism; Community Based Tourism; Coffee

Introduction: The development of smallholder coffee agro-tourism in East Java is the development of local community-based tourism destinations. The development was ideal if there was an increase in community participation, an increase in the local economy, and a contribution to conservation. However, in the initial study, there were several problems that caused smallholder coffee agro-tourism in East Java to lack competitiveness. This study aims to analyze the key factors that can be used as a reference in the right strategy in developing smallholder coffee agro-tourism in East Java. **Methods:** This study uses mixed methods using qualitative and quantitative data. Data analysis using Prospective Analysis with the contribution of the experts **Results:** The results showed that there were 29 factors that influenced the development of smallholder coffee agro-tourism in East Java. After conducting a prospective analysis, there are 17 key factors that become a reference in determining the development strategy. These factors include (1) product management with environmental and health principles, (2) land ownership status, (3) products sold by farmers, (4) community relations, (5) coffee plant care, (6) product prices, (7) transparency of product prices, (8) monitoring and evaluation, (9) opportunities to get jobs, (10) variety of tour packages, (11) conditions of socio-cultural objects, (12) local cultural conditions of coffee plantation communities, (13) fair wages for coffee farmers and the community, (14) agro-tourism management reports, (15) availability of souvenir shops, (16) coffee distribution system, and (17) coffee agro-tourism legality. **Conclusion:** The implementation of this strategy can be carried out by synergies and collaborations between tourism stakeholders consisting of village governments, the tourism industry, universities, non-governmental organizations, and the media.

ABSTRAK

Riwayat artikel

Dikirim : 7 Juli, 2022

Disetujui : 25 Mei, 2023

Diterbitkan : 30 September, 2023

Kata Kunci

Agrowisata; Community Based Tourism; Kopi

Pendahuluan: Pengembangan Agrowisata kopi rakyat di Jawa Timur merupakan pengembangan destinasi wisata berbasis komunitas lokal (*Community Based Tourism*). Pengembangan tersebut dikatakan ideal apabila terdapat peningkatan partisipasi masyarakat, peningkatan perekonomian lokal, dan memberikan kontribusi terhadap konservasi. Namun dalam studi awal terdapat beberapa permasalahan yang menyebabkan agrowisata kopi rakyat di Jawa Timur kurang memiliki daya saing. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor kunci yang dapat menjadi acuan dalam penentuan strategi yang tepat dalam pengembangan agrowisata kopi rakyat di Jawa Timur. **Metode:** Penelitian ini menggunakan metode campuran dengan menggunakan data kualitatif dan kuantitatif. Analisis data menggunakan Analisis Prospektif dengan bantuan para pakar. **Hasil:** Hasil penelitian menunjukkan terdapat 29 faktor yang berpengaruh terhadap pengembangan agrowisata kopi rakyat di Jawa Timur. Setelah dilakukan analisis prospektif, terdapat 17 faktor kunci yang menjadi acuan dalam penentuan strategi pengembangan. Faktor tersebut antara lain (1) pengelolaan produk dengan prinsip lingkungan dan Kesehatan, (2) status kepemilikan lahan, (3) produk yang dijual petani, (4) hubungan antar masyarakat, (5) perawatan tanaman kopi, (6) harga produk, (7) transparansi harga produk, (8) monitoring dan evaluasi, (9) kesempatan mendapatkan pekerjaan, (10) variasi paket wisata, (11) kondisi objek benda sosial-budaya, (12) kondisi budaya lokal masyarakat perkebunan kopi, (13) upah yang adil untuk petani kopi dan masyarakat, (14) laporan pengelolaan agrowisata, (15) ketersediaan toko cinderamata, (16) sistem distribusi kopi, dan (17) legalitas agrowisata kopi. **Kesimpulan:** Penerapan strategi tersebut dapat dilakukan dengan adanya sinergi dan kolaborasi antar *stakeholders* pariwisata yang terdiri dari pemerintah desa, industri pariwisata, perguruan tinggi, lembaga swadaya masyarakat, dan media.

Sitasi: Hidayat, F. R., Hakim, L., & Parmawati, R. (2023). Strategi pengembangan agrowisata kopi rakyat di Jawa Timur. *Agromix*, 14(2), 234-241. <https://doi.org/10.35891/agx.v14i2.3224>

PENDAHULUAN

Kopi saat ini merupakan salah satu komoditas yang menjadi komoditi ekspor bagi Indonesia dalam sektor perkebunan (Institut Pertanian Bogor, 2017). Pangsa ekspor kopi Indonesia di pasar internasional berada pada posisi keempat tertinggi setelah Brazil, Vietnam, dan Kolombia. Adanya peringkat tersebut tidak lepas dari banyaknya jumlah produksi kopi yang dihasilkan yaitu mencapai 745.269 ton. Produksi kopi tersebut dihasilkan dari beberapa provinsi antara lain Sumatra Selatan sebesar 25,3%, Lampung sebesar 15,6%, Sumatra Utara sebesar 9,9%, Aceh sebesar 9,7% dan Jawa Timur sebesar 5,4% (Direktorat Jenderal Perkebunan, 2020).

Produksi kopi di Jawa Timur dihasilkan dari tiga jenis perkebunan. Ketiga jenis perkebunan tersebut adalah Perkebunan Rakyat, Perkebunan Negara dan Perkebunan Swasta (Kementerian Pertanian, 2020). Dari ketiga jenis perkebunan kopi tersebut, perkebunan kopi rakyat adalah jenis perkebunan terbanyak yang terdapat di Jawa Timur, yaitu sebesar 65,7% dengan jumlah produksi yang terus meningkat setiap tahunnya (Kementerian Pertanian, 2020). Meningkatnya jumlah produksi kopi tersebut juga diiringi dengan meningkatnya jumlah konsumsi kopi di masyarakat dan pergeseran pola konsumsi dari *first wave* menuju *third waves*. Para penikmat kopi pada fase *third waves* memiliki tren untuk tidak hanya membeli produk kopi tetapi juga ingin tahu lebih banyak tentang perjalanan kopi sejak dipanen hingga tersaji. Hal tersebut memicu para penikmat kopi pada fase ini mendatangi daerah asal produksi kopi yang diminum (Yuliandri, 2015; Pratiwi dkk., 2021) dan menjadi salah satu alasan desa-desa dengan komoditas utama kopi untuk mengembangkan agrowisata berbasis masyarakat (Yoeti 2001; Ahmadi, 2017; Trimo dkk., 2018).

Konsep agrowisata kopi rakyat adalah kegiatan wisata yang memanfaatkan usaha pertanian dengan tujuan untuk meningkatkan dampak positif terhadap ekonomi dan lingkungan (Hakim, 2014; Pangestuti dkk., 2018; Pratiwi dkk., 2021; Hardyansah dkk., 2021). Pengembangan Agrowisata kopi rakyat di Jawa Timur merupakan pengembangan destinasi wisata berbasis masyarakat lokal (*Community Based Tourism*). Pengembangan tersebut dikatakan ideal apabila dalam pengembangannya terdapat peningkatan partisipasi masyarakat, adanya peningkatan perekonomian lokal, memberikan kontribusi terhadap konservasi, penghargaan terhadap kearifan lokal dalam pengolahan kopi serta dapat membangun kepedulian terhadap lingkungan (Hakim, 2004; Nurhidayati, 2012).

Berdasarkan studi awal terdapat beberapa permasalahan dalam pengembangan agrowisata kopi rakyat di Jawa Timur. Permasalahan tersebut antara lain adalah partisipasi masyarakat yang rendah, minimnya wisatawan yang datang, miskin produk wisata, pengetahuan budidaya yang rendah, dan petani yang tidak sejahtera (Pangestuti, 2018). Permasalahan tersebut menyebabkan agrowisata kopi rakyat di Jawa Timur kurang memiliki daya saing. Dalam rangka meningkatkan daya saing, perumusan strategi pengembangan perlu memperhatikan faktor-faktor kunci yang berpengaruh, sehingga dalam penelitian ini digunakan analisis prospektif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor kunci yang dapat menjadi acuan dalam penentuan strategi yang tepat dalam pengembangan agrowisata kopi rakyat di Jawa Timur.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode campuran dengan menggunakan data kualitatif dan kuantitatif. Analisis data menggunakan Analisis Prospektif dengan bantuan para pakar. Penentuan lokasi penelitian dilakukan dengan metode *criterion-based selection* yang diasumsikan bahwa objek penelitian sesuai dengan kriteria agrowisata kopi rakyat yaitu : (1) aktivitas wisata berbasis pada pengerjaan usaha tani; (2) dikelola oleh kelompok masyarakat; (3) terdapat sarana prasarana penunjang kegiatan wisata; (4) terdapat wisatawan yang berkunjung; (Prasiasa, 2013; Ahmadi, 2017; Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2017; Lestari dkk., 2019). Berdasar metode tersebut dipilih lima lokasi yang dapat menggambarkan kondisi agrowisata kopi rakyat di Jawa Timur yang terdiri dari Desa Wisata Ampelgading, Tirto Yudo, Kabupaten Malang; Kampung Kopi Jatiarjo (Jendela Langit), Prigen, Kabupaten Pasuruan; Kampoeng Kopi Sumberdem, Wonosari, Kabupaten Malang; Wisata Kopi Taji, Jabung, Kabupaten Malang; dan Kampong Kopi Lerek Gombongsari, Kalipuro, Kabupaten Banyuwangi.

Data yang dikumpulkan diperoleh dari hasil kuesioner, observasi lapangan dan wawancara dengan para pakar. Pakar penelitian berjumlah 12 orang merupakan *stakeholders* pariwisata yang terdiri dari perguruan tinggi, asosiasi profesi pariwisata, lembaga pendampingan masyarakat, biro perjalanan wisata dan petani kopi. Pakar penelitian mempunyai pengetahuan yang komprehensif mengenai pengelolaan agrowisata, pemberdayaan masyarakat dan pengelolaan pengunjung.

Analisis data menggunakan analisis prospektif. Tahapan yang dilakukan berupa identifikasi faktor yang berpengaruh, penilaian pengaruh antar faktor, dan penyusunan strategi berdasarkan hasil pengaruh dan ketergantungan antar faktor (Nurmalina, 2008). Penyusunan strategi ini dilakukan dengan metode *Focus Group Discussion* (FGD).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perumusan strategi pengembangan agrowisata kopi rakyat di Jawa Timur bertujuan untuk menciptakan agrowisata kopi rakyat yang berkelanjutan dan berdaya saing. Identifikasi faktor kunci didasarkan pada faktor-faktor yang

berpengaruh terhadap daya saing agrowisata kopi rakyat. Berdasarkan hasil dari studi pustaka dan FGD (*Focus Group Discussion*) dengan pakar, terdapat 29 faktor yang berpengaruh terhadap pengembangan agrowisata kopi rakyat di Jawa Timur. Faktor-faktor tersebut selanjutnya dapat dilihat pada tabel 1.

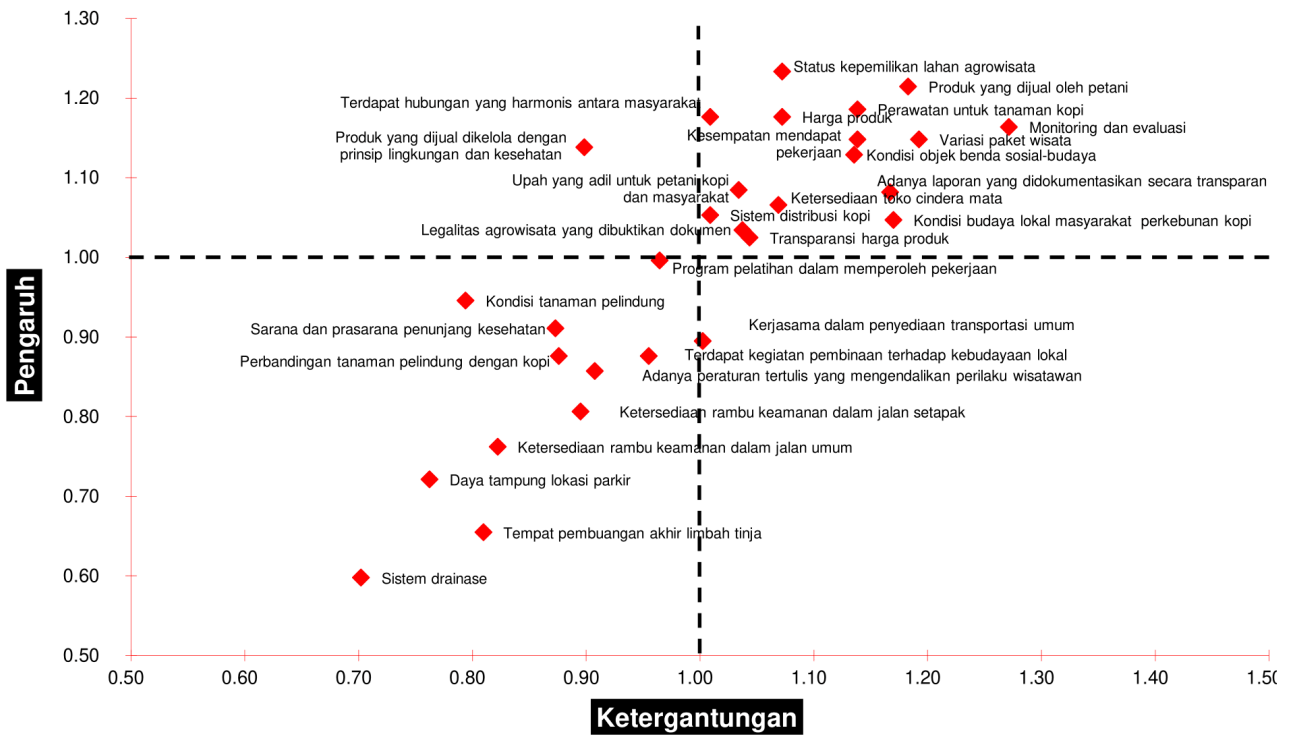
Berdasarkan pendapat gabungan para pakar, diperoleh 17 faktor kunci yang mempengaruhi pengembangan agrowisata kopi rakyat di Jawa Timur. Faktor kunci tersebut adalah: (1) Produk yang dijual dikelola dengan prinsip lingkungan dan Kesehatan, (2) Status kepemilikan lahan, (3) Produk yang dijual oleh petani, (4) Perawatan untuk tanaman kopi, (5) Terdapat hubungan yang harmonis antar masyarakat, (6) Harga produk, (7) Monitoring dan evaluasi, (8) Kesempatan mendapat pekerjaan, (9) Variasi paket wisata, (10) Kondisi objek benda sosial-budaya, (11) Upah yang adil untuk petani kopi dan masyarakat, (12) Adanya laporan yang didokumentasikan secara transparan, (13) Ketersediaan toko cinderamata, (14) Sistem distribusi kopi, (15) Kondisi budaya lokal masyarakat perkebunan kopi, (16) Legalitas agrowisata yang dibuktikan dokumen, (17) Transparansi harga produk. Hasil analisis pengaruh antar faktor berdasarkan pendapat para pakar dapat dilihat pada gambar 1.

Tabel 1. Faktor- faktor berpengaruh dalam pengembangan agrowisata kopi di Jawa Timur

No	Faktor Kunci
1.	Legalitas agrowisata
2.	Adanya laporan yang didokumentasikan secara transparan
3.	Monitoring dan evaluasi
4.	Kondisi objek benda sosial-budaya
5.	Kondisi budaya lokal masyarakat perkebunan kopi
6.	Variasi paket wisata
7.	Kerjasama dalam penyediaan transportasi umum
8.	Ketersediaan rambu keamanan dalam jalan umum
9.	Ketersediaan rambu keamanan dalam jalan setapak
10.	Sistem distribusi kopi
11.	Produk yang dijual oleh petani
12.	Daya tampung lokasi parkir
13.	Sarana dan prasarana penunjang kesehatan
14.	Ketersediaan toko cinderamata
15.	Kesempatan mendapat pekerjaan
16.	Program pelatihan dalam memperoleh pekerjaan
17.	Upah yang adil untuk petani kopi dan masyarakat
18.	Produk yang dijual dikelola dengan prinsip lingkungan dan kesehatan
19.	Harga produk
20.	Transparansi harga produk
21.	Sistem drainase
22.	Kondisi tanaman penayang
23.	Perbandingan tanaman penayang dengan kopi
24.	Tempat pembuangan akhir limbah tinja
25.	Perawatan untuk tanaman kopi
26.	Status kepemilikan lahan agrowisata
27.	Terdapat hubungan yang harmonis antara masyarakat
28.	Terdapat kegiatan pembinaan terhadap kebudayaan lokal
29.	Adanya peraturan tertulis yang mengendalikan perilaku wisatawan

Sumber: Analisis para pakar (2021)

Berdasar atas hasil penilaian antar faktor (gambar 1). Variabel penentu (input) pada kuadran I terdiri dari satu faktor yaitu produk yang dijual dikelola dengan prinsip lingkungan dan kesehatan. Faktor tersebut mempunyai pengaruh yang sangat kuat dalam pengembangan agrowisata kopi rakyat di Jawa Timur dan memiliki sifat tidak terlalu dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya (*independent variable*). Hal ini menunjukkan bahwa untuk dapat berdaya saing, agrowisata kopi rakyat di Jawa Timur harus memperhatikan prinsip lingkungan dan kesehatan pada setiap produknya. Hal tersebut dapat dicapai dengan mengikuti sertifikasi CHSE (*Cleanliness, Health, Safety and Environmental Sustainability*) yang dirumuskan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia (Nurrahma dkk. 2021).



Gambar 1. Hasil analisis pengaruh antar faktor.

Variabel penghubung (stakes) yang terletak pada kuadran II selain mempunyai pengaruh yang kuat terhadap sistem, juga mempunyai ketergantungan kepada sistem. Faktor kunci tersebut antara lain: (1) Status kepemilikan lahan, (2) Produk yang dijual oleh petani, (3) Terdapat hubungan yang harmonis antara masyarakat, (4) Perawatan untuk tanaman kopi, (5) Harga produk, (6) Monitoring dan evaluasi, (7) Kesempatan mendapat pekerjaan, (8) Variasi paket wisata, (9) Kondisi objek benda sosial-budaya, (10) Upah yang adil untuk petani kopi dan masyarakat, (11) Adanya laporan yang didokumentasikan secara transparan, (12) Ketersediaan toko cinderamata, (13) Sistem distribusi kopi, (14) Kondisi budaya lokal masyarakat perkebunan kopi, (15) Legalitas agrowisata yang dibuktikan dokumen, (16) Transparansi harga produk. Faktor-faktor yang terletak pada kuadran I dan II merupakan faktor kunci yang paling berpengaruh terhadap pengembangan agrowisata kopi rakyat di Jawa Timur (Wibowo, 2010).

Kuadran III terdiri dari faktor-faktor yang yang tidak mempunyai pengaruh dan sangat bergantung kepada sistem. Faktor kunci yang terdapat pada kuadran ini adalah terjalannya kerjasama dalam penyediaan transportasi umum. Faktor yang terletak pada kuadran IV meliputi (1) program pelatihan dalam memperoleh pekerjaan, (2) kondisi tanaman pelindung, (3) sarana dan prasarana penunjang kesehatan, (4) perbandingan tanaman pelindung dengan kopi, (5) terdapat kegiatan pembinaan terhadap budaya lokal, (6) adanya peraturan tertulis yang mengendalikan perilaku wisatawan, (7) ketersediaan rambu keamanan dalam jalan setapak, (8) ketersediaan rambu keamanan dalam jalan umum, (9) daya tampung lokasi parkir, (10) tempat pembuangan akhir tinja, dan (11) sistem drainase. Faktor-faktor tersebut termasuk kedalam variabel input dan tidak terkait secara langsung dengan pengembangan agrowisata kopi rakyat di Jawa Timur. Tipologi dari masing-masing faktor selanjutnya dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Faktor-faktor berpengaruh dalam pengembangan agrowisata kopi rakyat di Jawa Timur

Kuadran	Variabel	Faktor-faktor Berpengaruh
I	Penentu (<i>Input</i>)	- Produk yang dijual dikelola dengan prinsip lingkungan dan kesehatan
II	Penghubung (<i>Stakes</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Status kepemilikan lahan 2. Produk yang dijual oleh petani 3. Terdapat hubungan yang harmonis antara masyarakat 4. Perawatan untuk tanaman kopi 5. Harga produk 6. Monitoring dan evaluasi 7. Kesempatan mendapat pekerjaan 8. Variasi paket wisata 9. Kondisi objek benda sosial-budaya 10. Upah yang adil untuk petani kopi dan masyarakat 11. Adanya laporan yang didokumentasikan secara transparan

		12. Ketersediaan toko cinderamata
		13. Sistem distribusi kopi
		14. Kondisi budaya lokal masyarakat perkebunan kopi
		15. Legalitas agrowisata yang dibuktikan dokumen
		16. Transparansi harga produk
III	Terikat (<i>Output</i>)	- Terjalannya kerjasama dalam penyediaan transportasi umum
IV	Autonomus (<i>Unused</i>)	1. Program pelatihan dalam memperoleh pekerjaan
		2. Kondisi tanaman pelindung
		3. Sarana dan prasarana penunjang kesehatan
		4. Perbandingan tanaman pelindung dengan kopi
		5. Terdapat kegiatan pembinaan terhadap budaya lokal
		6. Adanya peraturan tertulis yang mengendalikan perilaku wisatawan
		7. Ketersediaan rambu keamanan dalam jalan setapak
		8. Ketersediaan rambu keamanan dalam jalan umum
		9. Daya tampung lokasi parkir
		10. Tempat pembuangan akhir tinja
		11. Sistem drainase

Sumber: Analisis Prospektif (2021)

Berdasar hasil FGD (*Focus Group Discussion*) dirumuskan sebuah alternatif strategi untuk menjadikan agrowisata kopi rakyat di Jawa Timur berkelanjutan dan berdaya saing. Alternatif strategi tersebut dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3. Faktor kunci dan alternatif strategi pengembangan agrowisata kopi rakyat di Jawa Timur

Faktor Kunci	Strategi Pengembangan
1. Pengelolaan produk dengan prinsip lingkungan dan kesehatan	Melakukan kegiatan sosialisasi dan pelatihan mengenai sertifikasi CHSE (<i>Cleanliness, Health, Safety, and Environmental Sustainability</i>)
2. Status kepemilikan lahan	Membuat perjanjian kerjasama dengan otoritas kawasan.
3. Produk yang dijual petani	Mengadakan pelatihan pengembangan produk dan edukasi pascapanen kopi mulai dari petik merah hingga ke kopi kemasan.
4. Hubungan antar masyarakat	Meningkatkan interaksi sosial antar masyarakat
5. Perawatan tanaman kopi	Mempertahankan intensitas perawatan
6. Harga Produk	Pelatihan penyusunan harga dan peningkatan pelayanan, publikasi harga secara jelas
7. Transparansi harga produk	
8. Monitoring dan evaluasi	Dilakukan secara berkala dan melibatkan pihak luar
9. Kesempatan mendapatkan pekerjaan	Mengeluarkan peraturan yang mendukung persamaan kesempatan kerja dan melakukan pelatihan.
10. Variasi paket wisata	Optimalisasi potensi desa dan penambahan paket wisata
11. Kondisi objek benda sosial-budaya	Mengeluarkan kebijakan yang melindungi objek dan membentuk lembaga pelestarian budaya lokal
12. Kondisi budaya lokal masyarakat perkebunan kopi	
13. Upah yang adil untuk petani kopi dan masyarakat	Mengeluarkan kebijakan tentang upah minimum pekerja
14. Laporan pengelolaan agrowisata	Pembuatan laporan secara berkala dan dapat diakses oleh semua.
15. Ketersediaan toko cinderamata	Pembangunan sentra produk lokal dengan skema CSR atau dana desa
16. Sistem distribusi kopi	Efisiensi saluran distribusi
17. Legalitas agrowisata kopi	Mendorong pengelola untuk pembuatan legalitas melalui pemerintah desa atau dinas pariwisata

Sumber: Hasil *Focus Group Discussion* (2021)

Rekomendasi strategi yang diterapkan terkait faktor kunci pengelolaan produk dengan prinsip lingkungan dan kesehatan dilakukan dengan melakukan kegiatan sosialisasi, pelatihan serta memberikan akses kepada masyarakat untuk mengikuti sertifikasi CHSE (*Cleanliness, Health, Safety, and Environmental Sustainability*) (Nurrahma dkk. 2021). Sertifikat ini diperlukan karena pola permintaan dan perilaku wisatawan ke depan akan sangat dipengaruhi kesadaran terhadap kebersihan, kesehatan, keselamatan dan kelestarian lingkungan. Program-program yang dilakukan berupa (1) penerapan prinsip *recycle, reduce, reuse, dan replace* dalam penggunaan bahan, alat dan fasilitas sehingga ramah

lingkungan, (2) pembersihan ruangan secara berkala agar terjamin kebersihannya, (3) pengelolaan sampah dan limbah secara tuntas, sehat, dan ramah lingkungan (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2020).

Strategi yang diterapkan untuk mengurai masalah tentang status kepemilikan lahan adalah dengan membuat perjanjian kerjasama yang jelas dan tertulis sebagai aspek legalitas aset. Dengan adanya dokumen kepemilikan lahan dan kerjasama yang sah maka diharapkan tidak terjadi sengketa dan konflik baik antar sesama masyarakat ataupun dengan otoritas kawasan seperti perhutani ataupun tanah bengkok desa (Mardiana dkk., 2016; Parmawati dkk., 2020). Terkait produk yang dijual oleh petani saat ini sebagian besar merupakan *green bean*. Hal tersebut menyebabkan pendapatan yang diperoleh petani tidak maksimal dan cenderung merugi. Rekomendasi strategi yang dapat diterapkan adalah dengan mengadakan pelatihan pengembangan produk dan edukasi pasca-panen kopi mulai dari petik merah hingga menjadi produk kemasan dengan berbagai metode dengan tujuan untuk meningkatkan nilai jual komoditas kopi (Pratiwi dkk., 2021).

Pengembangan agrowisata dapat memberikan dampak negatif terhadap hubungan antar masyarakat seperti berkurangnya solidaritas sosial, terjadi kecemburuan sosial, berkurangnya kepedulian sosial dan hilangnya adat istiadat. Berdasarkan pendapat para pakar, rekomendasi strategi yang dapat diterapkan untuk mengurangi dampak negatif adalah memperkuat interaksi sosial dan membangun komitmen di antara masyarakat dengan tujuan terjalin kerja sama yang baik dan dapat menghindari kecemburuan sosial (Gunawan dkk., 2015).

Rekomendasi strategi yang dapat dilakukan terkait perawatan tanaman kopi adalah tetap mempertahankan intensitas perawatan secara teratur dan konsisten (Badan Litbang Pertanian, 2019). Untuk menjaga konsistensi tersebut partisipasi dari dinas pertanian atau pusat penelitian pertanian perlu dilakukan dengan tujuan untuk memantau dan memberikan penyuluhan terhadap perawatan tanaman kopi agar para petani lebih mengerti tentang manfaatnya. Strategi berikutnya terkait dengan harga produk menurut pendapat pakar adalah dengan mengadakan pelatihan penyusunan harga dan peningkatan pelayanan supaya harga yang ditawarkan sesuai dengan pelayanan yang diterima serta tidak merugikan pengelola agrowisata. Harga tersebut juga harus transparan dan tertulis jelas, sehingga wisatawan yang datang dapat mengetahui informasi yang jelas mengenai biaya-biaya yang harus dikeluarkan.

Terkait faktor kunci monitoring dan evaluasi sebaiknya dilakukan secara berkala dan melibatkan pihak luar dengan tujuan peningkatan kapasitas organisasi (Fitriana, 2020). Monitoring dan evaluasi bertujuan untuk mengetahui capaian-capaian dari organisasi pengelola agrowisata apakah sudah sesuai dengan target yang ditetapkan atau masih perlu diperbaiki. Rekomendasi strategi yang berkaitan dengan kesempatan mendapatkan pekerjaan dapat dilakukan dengan cara menyusun kebijakan atau musyawarah dalam organisasi yang mendukung persamaan dalam memperoleh kesempatan kerja. Sistem yang digunakan dapat berupa sistem bergilir sesuai dengan kesepakatan bersama. Sistem ini diterapkan pada jasa pemandu, ojek, dan pengelola homestay.

Variasi paket wisata di agrowisata kopi rakyat masih sangat kurang. Hal tersebut menjadi kendala dalam menarik wisatawan karena paket yang ditawarkan cenderung monoton dan kurang memiliki *unique selling point* (Murdana, 2019). Diversifikasi produk dengan mengoptimalkan potensi seluruh desa menjadikan paket wisata yang dimiliki semakin bervariasi. Variasi paket wisata yang dapat diterapkan di agrowisata kopi rakyat berupa kegiatan bersepeda, *trekking*, *sport and wellness*, serta dapat dikombinasikan dengan sumber daya alam di sekitar lokasi seperti air terjun, arung jeram, atau kawasan taman nasional.

Budaya lokal dan objek benda sosial budaya yang terletak di agrowisata kopi rakyat Jawa Timur merupakan salah satu daya tarik bagi wisatawan untuk berkunjung sehingga perlu dilestarikan supaya tidak tergerus dengan budaya luar. Strategi yang dapat diterapkan untuk menjaga kondisi budaya dan objek benda sosial budaya agar tetap terawat dan tidak hilang karena tekanan dari budaya luar adalah dengan mendirikan lembaga kebudayaan tingkat desa dengan tugas menjaga, melestarikan dan memperkuat budaya lokal. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam melestarikan budaya lokal dan mencegah terjadinya *cultural lag* dikarenakan masyarakat masih belum paham dan mengerti dampak-dampak yang ditimbulkan dari kegiatan agrowisata (Gunawan dkk., 2015; Parmawati dkk., 2017).

Faktor kunci berikutnya terkait upah yang adil untuk petani kopi dan masyarakat, strategi yang direkomendasikan berupa kebijakan upah minimum yang dapat dikeluarkan oleh pemerintah desa. Saat ini di agrowisata kopi rakyat Jawa Timur upah yang diberikan jelas tetapi masih belum sesuai dengan standar, sebagian petani dan masyarakat masih merasa upah yang diberikan cukup rendah. Faktor kunci berikutnya terkait ketersediaan toko cinderamata yang dapat berfungsi sebagai etalase bagi produk kopi lokal yang dapat dibeli oleh wisatawan. Pengadaan toko souvenir dapat dilakukan dengan dua skema yaitu dengan menggunakan dana CSR dari perusahaan atau dengan menggunakan dana desa.

Sistem distribusi yang terdapat di agrowisata kopi rakyat Jawa Timur sekarang adalah kopi dari petani diserahkan kepada pengepul, selanjutnya disetorkan kepada pedagang besar untuk didistribusikan kepada pedagang kecil (ecer) dan kepada konsumen. Sistem ini dinilai masih merugikan petani karena harga dari pengepul yang tidak pasti karena mengikuti harga pasaran sehingga menyebabkan petani terkadang rugi, selain itu kesepakatan dengan pengepul juga tidak terdokumentasikan dan tertulis. Alternatif strategi yang dapat diterapkan adalah melakukan perbaikan sistem distribusi yang ada dengan membentuk UPH (Unit Pengolahan Hasil) yang dapat mengubah pola distribusi menjadi

kopi yang dihasilkan petani disetorkan kepada gudang kopi yang dikelola komunitas (UPH), untuk selanjutnya dapat dipasarkan secara langsung ke konsumen (Indrasari, 2020).

Legalitas merupakan bukti sah dari sebuah organisasi dimata hukum dan undang-undang serta pengakuan dari masyarakat (Fitriani 2017). Saat ini sebagian besar agrowisata kopi rakyat di Jawa Timur masih belum memiliki legalitas. Strategi yang dapat diterapkan yaitu dengan melakukan sosialisasi dan penyuluhan terkait aspek legal formal serta mendorong pengelola agar segera mengurus pembuatan SK kepada pemerintah desa atau bergabung kedalam BUMDES sehingga dapat menjadi salah satu unit bisnis dari BUMDES.

Strategi yang diterapkan melalui 17 faktor kunci tersebut tidak dapat dilakukan oleh satu pihak saja. Perlu terdapat sinergi dan kolaborasi antar stakeholders pariwisata yang terdiri dari pemerintah desa, industri pariwisata, perguruan tinggi, lembaga swadaya masyarakat, dan media. Masing-masing *stakeholders* tersebut dapat berperan sesuai dengan kapasitasnya masing-masing. Pemerintah desa dapat berperan sebagai penentu kebijakan-kebijakan yang mendukung agrowisata, menyediakan bibit-bibit tanaman kopi dan tanaman multifungsi, mengadakan pelatihan-pelatihan terkait budidaya kopi. Industri pariwisata dapat berperan sebagai penghubung antara masyarakat pengelola agrowisata dengan wisatawan, melakukan pengadaan sarana-prasarana melalui program CSR. Perguruan tinggi dapat mengeluarkan karya tulis ilmiah yang dapat menjadi dasar pembuatan kebijakan atau arah pengembangan, melakukan pendampingan dan penguatan kapasitas masyarakat. Organisasi penggerak masyarakat (LSM) dapat melakukan pendampingan dan pelatihan kepada pengelola agrowisata dengan tujuan peningkatan kapasitas, penguatan sadar wisata dan mendukung konservasi keanekaragaman hayati. Media dapat berperan sebagai tempat promosi dan publikasi agar agrowisata kopi rakyat semakin dikenal oleh masyarakat luas (Hakim, 2021).

KESIMPULAN

Hasil analisis prospektif menunjukkan terdapat 17 faktor kunci yang dapat menjadi acuan dalam penentuan strategi dalam pengembangan agrowisata kopi rakyat di Jawa Timur. Penerapan strategi tersebut tidak dapat dilakukan oleh satu pihak saja. Perlu adanya sinergi dan kolaborasi antar *stakeholders* pariwisata yang terdiri dari pemerintah desa, industri pariwisata, perguruan tinggi, lembaga swadaya masyarakat, dan media.

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Prof. Luchman Hakim dan Dr. Rita Parmawati yang telah membimbing, memberikan motivasi dan masukan dalam penelitian ini. Kepada seluruh pemangku kepentingan pariwisata, pemerintah desa setempat dan masyarakat di agrowisata kopi Jawa Timur. Artikel ini merupakan bagian dari tesis yang berjudul analisis pengembangan agrowisata kopi rakyat yang berkelanjutan dan berdaya saing di Jawa Timur.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi. (2017). *Pengantar agrowisata i (pembelajaran dari berbagai sudut pandang)*. CV.IRDH
- Badan Litbang Pertanian. (2019). Teknik Budidaya dan Panen Yang Benar Menentukan Keberlangsungan Produktivitas Kopi. Badan Litbang Pertanian
- Direktorat Jenderal Perkebunan. (2020). *Statistik perkebunan unggulan nasional*. Jakarta.
- Fitriana, R. (2020). Pelatihan manajemen pengelolaan homestay di desa wisata cikolelet, Serang, Banten. *Wikrama Parahita: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 8-12.
- Fitriani, R. (2017). Aspek hukum legalitas perusahaan atau badan usaha dalam kegiatan bisnis. *Jurnal Hukum Samudra Keadilan*, 12(1), 136-145.
- Gunawan, H., Karim, S., & Elly, M. (2015). Analisis perubahan sosial budaya masyarakat desa cihideung sebagai desa wisata. *Jurnal Sosietas* 5(2), 1-9.
- Hakim, L. (2004). *Dasar-dasar Ekowisata*. Bayumedia.
- Hakim, L. (2014). *Etnobotani dan manajemen kebun-pekarangan rumah: ketahanan pangan, kesehatan dan agrowisata*. Selaras: Malang.
- Hakim, L. (2021). *Agroforestri kopi: mendorong taman hayati dan wisata kopi*. Media Nusa Creative.
- Hardyansah, R., Hakim, L., & Parmawati, R. (2021). Factor affecting local residentâ€™s perception for tourism development in the agropolitan area pacitan regency. *Indonesian Journal of Environment and Sustainable Development*, 12(1), 15-20.
- Indrasari, Y. (2020). Efisiensi saluran distribusi pemasaran kopi rakyat di Desa Gending Waluh Kecamatan Sempol (Ijen) Bondowoso. *Jurnal Manajemen Pemasaran* 14(1), 44-50.
- Institut Pertanian Bogor [IPB]. 2017. *Peran komoditas kopi bagi perekonomian Indonesia*. Institut Pertanian Bogor.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2018). *Pedoman pengembangan desa wisata*. Jakarta: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2020). *Panduan pelaksanaan kebersihan, kesehatan, keselamatan, dan kelestarian lingkungan untuk sektor ekonomi kreatif*. Jakarta : Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.

- Kementerian Pertanian. (2020). Statistik perkebunan Indonesia 2017-2021 Kopi. Jakarta: Kementerian Pertanian.
- Lestari, T. P., Sunarti, & Luchman, H. (2019). Pengembangan pariwisata dengan konsep community based tourism di Boon Pring, Desa Sanankerto, Kecamatan Turen, Kabupaten Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis* 69(1), 11-20.
- Mardiana, Y. S., Hermanto, S., & Bambang, J. (2016). Pengaruh sertifikasi tanah terhadap nilai tanah dan kondisi ekonomi masyarakat di Kabupaten Sukoharjo. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen* 2(3), 304-311.
- Murdana, I. N. (2019). Kreatif ecotourism kunci keberlanjutan pariwisata pulau: studi kasus Kepulauan Gili Matra. *Jurnal Hospitality*, 8(2), 1-8.
- Nurhidayati, S. E. (2012). *Pengembangan agrowisata berkelanjutan berbasis komunitas di Kota Batu, Jawa Timur* [disertasi]. Universitas Gadjah Mada.
- Nurmalina, R. (2008). Analisis indeks dan status keberlanjutan sistem ketersediaan beras di beberapa wilayah Indonesia. *Jurnal Agro Ekonomi* 26(1), 47-79.
- Nurrahma, H., Hakim, L., & Parmawati, P. (2021). Strategi pengembangan pariwisata berdasarkan daya dukung wisata dan CHSE pada masa pandemi covid-19. *Jurnal Sumberdaya Akuatik Indopasifik*, 5(1), 87-94.
- Pangestuti, E., Latifah, H., & Lestari, E. W., (2018). Development of agrotourism in kampung kopi amadanom, Malang. *Journal of Indonesian Tourism and Development Studies*, 6(3), 194-199.
- Parmawati, R., Leksono, A. S., Yanuwadi, B., & Kurnianto, A. S. (2017). Exploration of marine tourism in watulimo, trenggalek regency: challenges, potentials, and development strategies. *Journal of Indonesian Tourism and Development Studies*, 5(3), 175-184.
- Parmawati, R., Pangestuti, E., Wike, & Hardyansah, R. (2020). Development and sustainable tourism strategies in red island beach, Banyuwangi Regency. *Journal of Indonesian Tourism and Development Studies*, 8(3), 174-180.
- Prasiasa, D. P. O. (2013). *Destinasi Pariwisata Berbasis Masyarakat*. Salemba Humanika.
- Pratiwi, J. R., Parmawati, P., & Hakim, L., (2021). Coffee plantation agritourism development strategy with SWOT analysis in Penggung Village, Pacitan Regency. *Indonesian Journal of Environment and Sustainable Development*, 12(1), 21-26.
- Trimmo, L., Gema, W. M., & Fauziana, H. (2018). Kajian strategi pengembangan agrowisata kopi luwak (studi kasus kopi luwak manglayang, kampung pondok buahbatu-cikawari, Desa Mekarmanik, Kecamatan Cimenyan, Kabupaten Bandung). *Jurnal Agribisnis dan Sosial Ekonomi Pertanian UNPAD*, 3(2), 525-536.
- Wibowo, Y. (2010). Analisis prospektif strategi pengembangan daya saing perusahaan daerah perkebunan. *Jurnal Teknologi Hasil Pertanian*, 4(2), 104-113.
- Yoeti, O. A. (2001). *Pemasaran pariwisata*. Angkasa.
- Yuliandri, M. T. (2015). *Evolusi kedai kopi*. Jakarta.