

ABSTRACT

Income Analysis and Development Strategy of Kampung Kopi Agrotourism in Rigis Jaya Village, Air Hitam District, West Lampung Regency

By

Aldhi Yoga Trisna

Tourism in Lampung Province has quite promising potential, because of its natural beauty. The purpose of this study was to determine the income and public perception of the development strategy of Kampung Kopi Agrotourism in Rigis Jaya Village, Air Hitam District, West Lampung Regency. This research was conducted with qualitative and quantitative descriptive methods. The first objective is analyzed by income analysis method using the formula = TR– TC. The second objective was analyzed using the Likert scale formula. The third objective was analyzed using the IFE, EFE, IE matrix, SWOT analysis diagrams, and refined by the QSPM matrix. The results of this study indicate that the income earned by Kampung Kopi Agrotourism in Rigis Jaya Village, Air Hitam District, West Lampung Regency during 2020 and 2021 is IDR 1,256,000. Therefore, it can be seen that the average monthly income of Kampung Kopi Agrotourism during 2020 and 2021 is IDR 52,333. The average community perception of the existence of Kampung Kopi Agrotourism from the eight indicators has an average value of 4 and can be said to fully support the existence of Kampung Kopi Agrotourism. The development strategy that is a priority for Kampung Kopi Agrotourism is divided into two, namely long-term strategies (> 5 years) including (a) Making Kampung Kopi Agrotourism a center for visitors to learn about Coffee in West Lampung, (b) Learning and participating in exhibitions or bazaars as one of the steps in promoting Agrotourism, (c) Improving infrastructure and improving road access to make it easier for visitors. For short-term strategies (<5 years) including (a) Utilization of technology through social media as a promotional tool so that visitors are more interested in visiting Kampung Kopi Agrotourism, (b) Coordinating between sponsors with the Plantation Office and the Tourism Office of West Lampung Regency to harmonize thoughts in determining development policies. (c) involve the community in regular meetings or activities in order to foster the community in the management of Agro-tourism in Kampung Kopi so that the sustainability of agro-tourism is maintained.

Keywords: agrotourism, development strategy, income, perception.

ABSTRAK

ANALISIS PENDAPATAN DAN STRATEGI PENGEMBANGAN AGROWISATA KAMPUNG KOPI DI DESA RIGIS JAYA KECAMATAN AIR HITAM KABUPATEN LAMPUNG BARAT

Oleh

Aldhi Yoga Trisna

Pariwisata di Provinsi Lampung memiliki potensi yang cukup menjanjikan, karena keindahan alamnya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pendapatan dan persepsi masyarakat terhadap strategi pengembangan Agrowisata Kampung Kopi di Desa Rigus Jaya Kecamatan Air Hitam Kabupaten Lampung Barat. Penelitian ini dilakukan dengan metode deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Tujuan pertama dianalisis dengan metode analisis pendapatan menggunakan rumus $\pi = TR - TC$. Tujuan kedua dianalisis dengan menggunakan rumus skala *likert*. Tujuan ketiga dianalisis dengan menggunakan matriks IFE, EFE, IE, diagram analisis SWOT, dan disempurnakan dengan matriks QSPM. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pendapatan yang diperoleh Agrowisata Kampung Kopi di Desa Rigus Jaya Kecamatan Air Hitam Kabupaten Lampung Barat selama tahun 2020 dan 2021 sebesar Rp1.256.000. Oleh karena itu, dapat diketahui rata-rata pendapatan Agrowisata Kampung Kopi per bulan selama tahun 2020 dan 2021 sebesar Rp52.333. Rata-rata persepsi masyarakat terhadap keberadaan Agrowisata Kampung Kopi dari delapan indikator memiliki nilai rata-rata 4 dan dapat dikatakan mendukung secara penuh keberadaan Agrowisata Kampung Kopi. Strategi pengembangan yang menjadi prioritas Agrowisata Kampung Kopi terbagi menjadi dua, yaitu strategi jangka panjang (>5 tahun) diantaranya (a) Menjadikan Agrowisata Kampung Kopi sebagai pusat bagi pengunjung untuk belajar tentang Kopi di Lampung Barat, (b) Belajar dan mengikuti pameran atau bazar sebagai salah satu langkah dalam mempromosikan Agrowisata, (c) Meningkatkan prasarana dan memperbaiki akses jalan untuk mempermudah para pengunjung. Untuk strategi jangka pendek (<5 tahun) diantaranya (a) Pemanfaatan teknologi melalui media sosial sebagai alat promosi agar pengunjung lebih tertarik mengunjungi Agrowisata Kampung Kopi, (b) Melakukan koordinasi antar pihak sponsor dengan Dinas Perkebunan dan Dinas Pariwisata Kabupaten Lampung Barat untuk menyelaraskan pemikiran dalam menentukan kebijakan pembangunan. (c) melibatkan masyarakat dalam pertemuan atau kegiatan rutin guna membina masyarakat dalam pengelolaan Agrowisata Kampung Kopi sehingga kelestarian agrowisata tetap terjaga.

Kata kunci : agrowisata, pendapatan, persepsi, strategi pengembangan.