

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

(Skripsi)

Oleh

Aldhi Yoga Trisna



**JURUSAN AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
2022**

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 Rigis 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 Rigis 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.

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

Oleh

ALDHI YOGA TRISNA

Skripsi

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA PERTANIAN

Pada

Jurusan Agribisnis
Fakultas Pertanian Universitas Lampung



**JURUSAN AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
2022**

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

Nama Mahasiswa : **Aldhi Yoga Trisna**

No. Pokok Mahasiswa : 1654131013


Jurusan : Agribisnis

Fakultas : Pertanian



1. Komisi Pembimbing


Dr. Ir. Muhammad Irfan Affandi, M.Si.
NIP. 196407241989021002


Yuliana Saleh, S.P., M.Si.
NIP. 198807302015042002

2. Ketua Jurusan Agribisnis


Dr. Teguh Endaryanto, S.P., M.Si.
NIP. 196910031994031004

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : Dr. Ir. Muhammad Irfan Affandi, M.Si.

Sekretaris : Yuliana Saleh, S.P., M.Si.

**Penguji
Bukan
Pembimbing : Dr. Teguh Endaryanto, S.P., M.Si.**

2. Dekan Fakultas Pertanian



Prof. Dr. Ir. Irwan Sukri Banuwa, M.Si.
196110201986031002

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 29 Juni 2022

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aldhi Yoga Trisna
NPM : 1654131013
Jurusan : Agribisnis
Alamat Rumah : Jl. P. Andalas Gg. Way Kanan No. 71, Sukabumi
Indah, Bandar Lampung.

Menyatakan dengan sebenar-benarnya dan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul:

“Analisis Pendapatan dan Strategi Pengembangan Agrowisata Kampung Kopi di Desa Rigis Jaya Kecamatan Air Hitam Kabupaten Lampung Barat”

Adalah benar karya saya sendiri yang saya susun dengan mengikuti norma dan etika akademik yang berlaku. Saya juga tidak keberatan apabila sebagian atau seluruh data pada skripsi ini digunakan oleh dosen dan/atau program studi untuk kepentingan publikasi. Jika dikemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana maupun tuntutan hukum.

Bandar Lampung, 12 Agustus 2022
Yang membuat pernyataan,



Aldhi Yoga Trisna
NPM 1654131013

RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Kota Bandar Lampung, tanggal 31 Maret 1998 dari pasangan Bapak Ihsan Gunasyah dan Ibu N. Aan Yudahasanah. Penulis adalah anak kedua dari tiga bersaudara. Penulis menyelesaikan pendidikan di Taman Kanak-kanak (TK) Trisula Rawa Laut pada tahun 2004, tingkat Sekolah Dasar Negeri (SDN) di SD N 2 Rawa Laut pada tahun 2010, tingkat Sekolah Menengah Pertama Negeri (SMPN) di SMP N 25 Bandar Lampung pada tahun 2013, dan tingkat Sekolah Menengah Atas Negeri (SMAN) di SMA N 10 Bandar Lampung pada tahun 2016.

Penulis melanjutkan pendidikan di Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung pada tahun 2016 melalui jalur Ujian Mandiri (UM). Penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Sumber Alam, Kecamatan Air Hitam, Kabupaten Lampung Barat selama 40 hari pada bulan Januari hingga Februari 2019. Kemudian pada bulan Juli sampai Agustus 2019, penulis melaksanakan Praktik Umum (PU) di P4S Okiagaru-Ikamaja selama 30 hari kerja efektif. Selama masa perkuliahan, penulis aktif dalam organisasi kemahasiswaan, yaitu menjadi Sekretaris Bidang Pengembangan Minat, Bakat dan Kreativitas pada Himpunan Mahasiswa Sosial Ekonomi Pertanian (HIMASEPERTA) Universitas Lampung periode 2018-2019.

SANWACANA

Bismillahirrohmanirrohim

Alhamdulillahillobbil'amin, rasa syukur terucap hanya kepada Allah SWT, karena hanya dengan izin dan kehendak-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat dan salam selalu tercurah kepada teladan bagi seluruh umat Nabi Muhammad SAW. Banyak pihak yang telah memberikan sumbangsih, bantuan, nasihat, serta saran-saran yang membangun dalam penyelesaian skripsi yang berjudul “Analisis Pendapatan dan Strategi Pengembangan Agrowisata Kampung Kopi di Desa Rigis Jaya Kecamatan Air Hitam Kabupaten Lampung Barat”. Dalam kesempatan ini, dengan segala hormat dan rendah hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Irwan Sukri Banuwa, M.Si., selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Lampung.
2. Dr. Teguh Endaryanto, S.P., M.Si., selaku Ketua Jurusan Agribisnis dan Dosen Pembahas atas kesediaannya memberikan arahan, nasihat, memberikan masukan berupa kritik dan saran untuk perbaikan serta waktu yang telah diluangkan dalam proses penyempurnaan skripsi.
3. Dr. Ir. Muhammad Irfan Affandi, M.Si., selaku Dosen Pembimbing Pertama yang telah memberikan ilmu, motivasi, nasihat, arahan, dukungan, dan bimbingan selama proses penyelesaian skripsi.
4. Yuliana Saleh, S.P., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Kedua dan Pembimbing Akademik yang telah memberikan ilmu, motivasi, nasihat, arahan, dukungan, dan bimbingan selama proses penyelesaian skripsi.
5. Seluruh dosen Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung, atas semua ilmu, nasihat, dan motivasi yang diberikan selama penulis menjadi mahasiswa di Universitas Lampung.

6. Karyawan-karyawati di Jurusan Agribisnis (Mba Iin, Mas Boim, dan Mas Bukhari), atas semua bantuan dan kerja sama yang telah diberikan selama penulis menjadi mahasiswa di Universitas Lampung.
7. Teristimewa kepada keluarga tercinta, Bapak Ihsan Gunasyah, Ibu N. Aan Yudahasanah, serta saudara-saudaraku Mia Dwi Utami dan Septian Bhayu Krisna, yang selalu mendoakan, memberikan nasihat, dukungan, bantuan, motivasi, serta segala kebaikan dan kasih sayang yang tak pernah terputus hingga penulis bisa mendapatkan gelar Sarjana Pertanian seperti yang kalian harapkan.
8. Teman-teman presidium dan jajaran Himaseperta, Wahyu Dewangga, Kahfi Ramadhan, Ria Devita, Sirilus Gatyia Prasasta, Alifia Hasyimi, Muhammad Abid Farid, Pilatus Utama Mandala Putra, Ray Manchini, Eido Kristo, Julica Samara, atas dukungan dan kerjasama yang telah diberikan.
9. Teman-teman Geng Sekret 2016, Pupung, Renni, Dhila, Adit, Sultan, Bagja, Kintan, Dea, atas dukungan dan kerjasama yang telah diberikan .
10. Abang-abang dan Adik-adik angkatan 2013, 2014, 2015, 2017, 2018, 2019 yang senantiasa memberikan bimbingan dan dukungan selama masa perkuliahan penulis.
11. Teman- teman Agribisnis 2016 yang kubanggakan, yang telah saling memberikan dukungan selama masa perkuliahan di Universitas Lampung.
12. Almamater tercinta dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak terlepas dari kesalahan dan masih jauh dari kata sempurna. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak di masa yang akan datang. Penulis meminta maaf atas segala kekurangan dan kesalahan selama proses penulisan skripsi ini. Semoga Tuhan Yang Maha Esa memberikan balasan terbaik atas bantuan yang diberikan. Amin.

Bandar Lampung, 29 Juni 2022
Penulis,

Aldhi Yoga Trisna

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	-
A. Tinjauan Pustaka.....	8
1. Pariwisata.....	8
2. Agrowisata	10
3. Teori Pendapatan	15
4. Persepsi Masyarakat	16
5. Analisis Lingkungan Internal.....	17
6. Analisis Lingkungan Eksternal.....	19
7. Analisis SWOT	20
8. <i>Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)</i>	22
9. Penelitian Terdahulu	24
B. Kerangka Pemikiran.....	34
III. METODE PENELITIAN	
A. Konsep Dasar dan Definisi Operasional	37
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	42
C. Populasi, Sampel, dan Responden Penelitian	43
D. Metode Analisis Data.....	44
IV. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN	
A. Gambaran Umum Kabupaten Lampung Barat	55
B. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	56
C. Aksesibilitas.....	58
D. BUMDes Maju Bersama Rigis Jaya	59
E. Kondisi Geografi.....	62
F. Jumlah Penduduk	63
V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Karakteristik Responden.....	64
1. Usia Responden	64
2. Tingkat Pendidikan Responden	65
B. Penggunaan Biaya.....	66
1. Penggunaan Biaya Tetap	67

2.	Penggunaan Biaya Variabel.....	68
3.	Penerimaan Agrowisata Kampung Kopi	70
4.	Analisis Pendapatan.....	72
C.	Persepsi Masyarakat Terhadap Pengembangan Agrowisata Kampung Kopi di Desa Rigis Jaya Kecamatan Air Hitam Kabupaten Lampung Barat.....	73
1.	Persepsi Masyarakat Terhadap Rencana Pengembangan Agrowisata Kampung Kopi.....	73
2.	Persepsi Masyarakat Terhadap Dilibatkannya Masyarakat dalam Rencana Pengembangan Agrowisata Kampung Kopi	75
3.	Persepsi Masyarakat Terhadap Rumah Penduduk yang Dijadikan <i>Home Stay</i> (Tempat Penginapan)	76
4.	Persepsi Masyarakat Terhadap Agrowisata Kampung Kopi yang Membantu Roda Perekonomian Masyarakat.....	77
5.	Persepsi Masyarakat Terhadap Dampak Adanya Agrowisata Kampung Kopi Membuat Desa Rigis Jaya Lebih Dikenal.....	78
6.	Persepsi Masyarakat Tentang Nilai Estetika dan Keindahan Lingkungan Agrowisata Kampung Kopi	79
7.	Persepsi Masyarakat Terhadap Sarana Prasarana yang Perlu Dirawat dan Dikembangkan	80
8.	Persepsi Masyarakat Terhadap Akses Jalan ke Lokasi Agrowisata Kampung Kopi yang Perlu Diperbaiki	82
D.	Penerapan Strategi Pengembangan.....	83
1.	Analisis Lingkungan Internal.....	83
2.	Matriks <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE).....	86
3.	Analisis Lingkungan Eksternal	88
4.	Matriks <i>Eksternal Factor Evaluation</i> (EFE)	91
E.	Strategi Pengembangan Agrowisata Kampung Kopi	93
F.	Strategi Prioritas Agrowisata Kampung Kopi	97
VI.	KESIMPULAN DAN SARAN	
A.	Kesimpulan	104
B.	Saran	105
	DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
1.	Jumlah perjalanan wisatawan nusantara menurut provinsi se-Sumatera Bagian Selatan tahun 2015-2018.....	2
2.	Jumlah objek wisata Provinsi Lampung menurut kabupaten kota tahun 2018	3
3.	<i>Internal Factor Analysis Summary</i> (IFAS)	18
4.	<i>External Factor Analysis Summary</i> (EFAS).....	19
5.	Alternatif strategi dengan menggunakan matriks SWOT.....	21
6.	Matriks <i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i> (QSPM).....	23
7.	Penelitian terdahulu	26
8.	Matriks penilaian bobot faktor internal	46
9.	Matriks <i>Internal Factor Analysis Summary</i> (IFAS)	47
10.	Matriks penilaian bobot faktor eksternal	49
11.	Matriks <i>External Factor Analysis Summary</i> (EFAS)	50
12.	Matriks <i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i> (QSPM)	54
13.	Jumlah penduduk Desa Rigin Jaya	63
14.	Jumlah responden persepsi masyarakat menurut kelompok umur	64
15.	Jumlah responden strategi pengembangan menurut kelompok umur... ..	65
16.	Jumlah responden persepsi masyarakat berdasarkan tingkat pendidikan	66
17.	Penggunaan biaya tetap pada Agrowisata Kampung Kopi tahun 2020.	67
18.	Penggunaan biaya variabel pada Agrowisata Kampung Kopi tahun 2020.	69
19.	Penerimaan Agrowisata Kampung Kopi tahun 2020.	71
20.	Jumlah pendapatan Agrowisata Kampung Kopi pada Tahun 2020	72
21.	Persepsi masyarakat terhadap rencana pengembangan Agrowisata Kampung Kopi di Desa Rigin Jaya.....	74
22.	Persepsi masyarakat terhadap dilibatkannya masyarakat dalam rencana pengembangan Agrowisata Kampung Kopi	75
23.	Persepsi masyarakat terhadap rumah penduduk yang dijadikan <i>home stay</i> (tempat penginapan).....	76
24.	Persepsi masyarakat terhadap Agrowisata Kampung Kopi yang membantu roda perekonomian masyarakat.	77

25. Persepsi masyarakat terhadap dampak adanya Agrowisata Kampung Kopi membuat Desa Rigis Jaya lebih dikenal	79
26. Persepsi masyarakat tentang nilai estetika dan keindahan lingkungan Agrowisata Kampung Kopi	80
27. Persepsi masyarakat terhadap sarana prasarana yang perlu dirawat dan dikembangkan.....	81
28. Persepsi masyarakat terhadap akses jalan ke lokasi Agrowisata Kampung Kopi yang perlu diperbaiki	82
29. Matriks <i>Internal Factors Evaluation</i> (IFE) Agrowisata Kampung Kopi di Desa Rigis Jaya Kecamatan Air Hitam Kabupaten Lampung Barat.....	87
30. Matriks <i>Eksternal Factors Evaluation</i> (EFE) Agrowisata Kampung Kopi di Desa Rigis Jaya Kecamatan Air Hitam Kabupaten Lampung Barat.....	92
31. Pembobotan untuk diagram SWOT faktor internal dan eksternal Agrowisata Kampung Kopi	93
32. Strategi prioritas berdasarkan analisis QSPM Agrowisata Kampung Kopi di Kabupaten Lampung Barat.....	97
33. Alternatif strategi pengembangan Agrowisata Kampung Kopi di Kabupaten Lampung Barat	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Kerangka pemikiran analisis pendapatan dan persepsi masyarakat terhadap strategi pengembangan Agrowisata Kampung Kopi di Desa Rigis Jaya Kecamatan Air Hitam Kabupaten Lampung Barat	36
2. Matriks Internal External (IE).....	50
3. Matriks SWOT	52
4. Rute perjalanan menuju Agrowisata Kampung Kopi	58
5. Struktur organisasi BUMDes Maju Bersama	60
6. Matriks IE Agrowisata Kampung Kopi di Kabupaten Lampung Barat	94
7. Matriks SWOT (<i>Strenghts, Weakness, Opportunities, Threats</i>) Agrowisata Kampung Kopi Kabupaten Lampung Barat	96

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan sebuah negara kepulauan yang kaya akan sumberdaya alam. Kekayaan sumberdaya alam yang dimiliki Indonesia memicu pertumbuhan ekonomi di berbagai sektor, seperti sektor industri, perdagangan, pertanian, dan pariwisata. Pariwisata merupakan salah satu sektor yang memberikan kontribusi cukup besar terhadap perekonomian Indonesia (Sagara, 2012). Hal ini dapat dilihat pada total penerimaan devisa di Indonesia dari sektor pariwisata pada tahun 2019. Devisa negara yang didapatkan dari sektor pariwisata adalah 20 miliar dolar AS dan menjadi penyumbang devisa terbesar. Hasil ini juga menunjukkan bahwa Indonesia mengalami pertumbuhan pariwisata tercepat. Berdasarkan data dari *World Travel and Tourism Council* (WTTC) per September 2018, Indonesia menduduki peringkat pertama di Asia Tenggara dan peringkat ketiga di Asia. Untuk tingkat dunia, pertumbuhan pariwisata Indonesia mendapatkan peringkat kesembilan (Sakti, 2019).

Sebagai negara agraris, Indonesia memiliki kekayaan alam dan hayati yang beragam. Kekayaan tersebut apabila dikelola dengan tepat dapat dijadikan andalan perekonomian nasional. Kondisi agroklimat di wilayah Indonesia sangat sesuai untuk pengembangan komoditas tropis dan sebagian sub tropis pada ketinggian antara nol sampai ribuan meter di atas permukaan laut. Komoditas pertanian (mencakup tanaman pangan, hortikultura, perkebunan, kehutanan, peternakan dan perikanan) dengan keragaman dan keunikannya yang bernilai tinggi serta diperkuat oleh kekayaan kultural yang sangat

beragam mempunyai daya tarik kuat sebagai wisata agro (Departemen Pertanian, 2004).

Pariwisata di Provinsi Lampung memiliki potensi yang cukup menjanjikan, karena keindahan alamnya. Wisatawan yang berkunjung ke Provinsi Lampung memiliki jumlah pengunjung yang cukup besar. Hal tersebut dapat terlihat dari jumlah kunjungan wisatawan nusantara. Menurut Kementerian Pariwisata (2018), Provinsi Lampung menempati urutan pertama untuk jumlah kunjungan wisatawan se-Sumatera Bagian Selatan. Jumlah kunjungan wisatawan nusantara menurut provinsi di Sumatera Bagian Selatan dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Jumlah perjalanan wisatawan nusantara menurut provinsi se-Sumatera Bagian Selatan tahun 2015-2018

Provinsi	Jumlah Perjalanan Wisatawan Nusantara (Orang)			
	2015	2016	2017	2018
Riau	5.517.516	5.076.197	5.149.936	5.552.920
Jambi	2.019.636	1.774.454	1.906.593	2.242.802
Sumatera Selatan	5.039.369	5.807.205	5.948.669	6.137.095
Bengkulu	2.405.938	1.922.418	1.950.249	2.018.556
Lampung	6.193.525	6.153.283	6.002.487	6.881.006
Jumlah	21.175.984	20.733.557	20.957.934	22.832.379

Sumber: Kementerian Pariwisata (2018)

Berdasarkan Tabel 1, dapat dilihat bahwa Provinsi Lampung merupakan provinsi yang memiliki jumlah kunjungan wisatawan terbesar dibandingkan dengan provinsi lainnya yang berada di wilayah Sumatera Bagian Selatan. Jumlah perjalanan wisatawan di Provinsi Lampung mengalami fluktuasi dari tahun 2015 hingga 2018. Pada tahun 2018, Provinsi Lampung mampu memberikan kontribusi sebesar 30,10% dalam menarik wisatawan untuk datang ke Provinsi se-Sumatera Bagian Selatan. Persentase tersebut membuktikan bahwa Provinsi Lampung merupakan wilayah yang cukup potensial dalam mengembangkan sektor pariwisata. Jumlah objek wisata di Provinsi Lampung dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Jumlah objek wisata Provinsi Lampung menurut kabupaten kota tahun 2018

Kabupaten / kota	Jumlah Objek Wisata
Bandar Lampung	26
Metro	8
Lampung Selatan	38
Pesawaran	11
Lampung Timur	11
Way Kanan	58
Lampung Barat	12
Lampung Utara	47
Lampung Tengah	14
Tanggamus	78
Pringsewu	13
Tulang Bawang	15
Tulang Bawang Barat	11
Mesuji	12

Sumber : Dinas Pariwisata Provinsi Lampung (2018)

Menurut Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Lampung Barat (2017), Kabupaten Lampung Barat memiliki 9 kawasan ekowisata antara lain Hutan Kemasyarakatan, TNBBS Kubu Perahu, TNBBS Suoh, Kebun Kopi Sukau, Kebun Kopi Liwa, Sentra Kopi Organik Air Hitam (Agrowisata Kampung Kopi), Agrowisata Sekincau, Budidaya Benih Ikan (BBI), dan TNBBS Sekincau.

Kabupaten Lampung Barat merupakan salah satu kabupaten yang ada di Provinsi Lampung yang memiliki potensi wisata yang cukup baik untuk dikembangkan. Hal ini didukung oleh keadaan geografis Kabupaten Lampung Barat yang sebagian besar memiliki sumber daya alam yang mendukung untuk dijadikan tempat wisata. Keanekaragaman sumber daya alam yang dimiliki Kabupaten Lampung Barat sangat berpotensi untuk dikembangkan berbagai jenis wisata seperti wisata agro, wisata alam, wisata bahari, wisata budaya, wisata kuliner, wisata religi, wisata belanja, dan wisata sejarah. Salah satu jenis wisata yang berpotensi untuk dikembangkan di Kabupaten Lampung Barat adalah agrowisata.

Kabupaten Lampung Barat dikenal sebagai wilayah penghasil kopi yang menjadi contoh perkebunan terbaik di Provinsi Lampung dan nasional. Kopi yang berasal dari Kabupaten Lampung Barat memiliki kualitas yang baik dan memiliki cita rasa tersendiri yang menjadi pembeda dengan kopi dari daerah lain di Indonesia. Kualitas dan mutu kopi robusta asal Kabupaten Lampung Barat telah mendapatkan Sertifikasi Indikasi Geografis dari Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia yang dikeluarkan pada tanggal 13 Mei 2014 dengan nama “KOPI ROBUSTA LAMPUNG”. Selain itu, melalui Keputusan Menteri Pertanian Nomor 46/Kpts/PD.300/1/2015 tanggal 16 Januari 2016 tentang kawasan perkebunan nasional, Kabupaten Lampung Barat ditetapkan menjadi salah satu kawasan perkebunan nasional.

Keadaan alam yang dimiliki Kabupaten Lampung Barat tersebut menjadi peluang besar bagi perekonomian Kabupaten Lampung Barat. Berbagai cara sudah dilakukan oleh pemerintah daerah Kabupaten Lampung Barat untuk mengembangkan seluruh potensi yang dimiliki oleh masing-masing daerah. Salah satu langkah yang dilakukan oleh pemerintah daerah Kabupaten Lampung Barat adalah dengan mulai mengembangkan wisata di sektor pertanian, khususnya untuk komoditas kopi.

Desa Rigis Jaya menjadi salah satu desa di Kabupaten Lampung Barat yang memiliki sumber daya alam dan suasana pedesaan yang masih alami. Desa Rigis Jaya memiliki potensi wisata berbasis partisipasi masyarakat seperti wisata alam. Salah satu wisata yang saat ini sedang dikembangkan di Desa Rigis Jaya adalah Agrowisata Kampung Kopi. Pembentukan Agrowisata Kampung Kopi didasari oleh potensi masyarakat Desa Rigis Jaya yang sebagian besar merupakan petani kopi. Secara geografi pun, Desa Rigis Jaya memiliki banyak perkebunan kopi yang dikelola oleh masyarakat. Hal ini menjadi keunggulan tersendiri bagi Desa Rigis Jaya untuk mengembangkan Agrowisata Kampung Kopi.

Agrowisata Kampung Kopi diresmikan pada tanggal 22 Juli 2018. Agrowisata Kampung Kopi menjadi salah satu aset bagi Desa Rigin Jaya, karena menjadi pusat wisata perkebunan kopi di Kabupaten Lampung Barat. Hal tersebut menjadikan salah satu daya tarik bagi pengunjung untuk datang ke Agrowisata Kampung Kopi. Agrowisata Kampung Kopi dikelola oleh masyarakat sekitar, terutama pemuda desa yang terlibat dalam BUMDes (Badan Usaha Milik Desa) milik Desa Rigin Jaya. Sarana penunjang yang ada di Kampung Kopi berupa aula terbuka untuk pelatihan *roasting* kopi dan acara formal lainnya, 8 buah anjungan untuk tempat berkumpul, *spot* untuk berfoto, wahana bermain anak-anak, dan kedai kopi. Saat ini, pendapatan Agrowisata Kampung Kopi berasal dari biaya tiket masuk, dan penyewaan tempat untuk mengadakan berbagai kegiatan. Salah satu kegiatan yang rutin diadakan setiap tahun pada bulan Juli adalah Festival Kopi Lampung Barat. Festival Kopi Lampung Barat bertujuan untuk terus mempromosikan komoditas unggulan kopi robusta, sekaligus mengenalkan lebih luas potensi kopi dan potensi objek pariwisata di Kabupaten Lampung Barat dengan slogan “Indonesia Negeriku, Lampung Barat Kopiku”. Rangkaian kegiatan Festival Kopi ini berupa seminar kopi, pameran, bazar, lomba melukis dari ampas kopi, lomba fotografi, barista *competition*, uji cita rasa dan klinik kopi.

Sejalan dengan itu, perlu adanya pola pembinaan agrowisata, agar masyarakat di Desa Rigin Jaya dapat secara sinergis bersama Pemerintah Daerah Kabupaten Lampung Barat mengembangkan agrowisata berbasis komoditi kopi di Kabupaten Lampung Barat. Hal tersebut diharapkan dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat sekitar, khususnya para petani kopi dalam memperkenalkan dan memasarkan produk kopi yang diproduksi, agar selaras dengan upaya pemerintah daerah dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat desa. Untuk itu, perlu adanya strategi dalam pengembangan Agrowisata Kampung Kopi di Desa Rigin Jaya. Strategi pengembangan tersebut dapat berfungsi sebagai pemberdayaan masyarakat selaras dengan pemberdayaan masyarakat berbasis pariwisata (*community based tourism*).

Pemberdayaan masyarakat dimaksud adalah agrowisata yang dapat mengikutsertakan peran dan aspirasi masyarakat pedesaan selaras dengan pendayagunaan potensi sumber daya alam dan sumber daya manusia yang dimilikinya. Persoalannya adalah bagaimana masyarakat pedesaan dibina secara berkesinambungan, agar potensi-potensi yang ada di Desa Rigis Jaya dapat digali secara optimal. Hasil yang diperoleh petani dalam pemanfaatan potensi Desa Rigis Jaya diharapkan dapat memberikan kemajuan yang signifikan bagi masyarakat desa. Kemajuan masyarakat desa tersebut dapat tergambar dengan meningkatnya pendapatan masyarakat dari hasil pengelolaan potensi Desa Rigis Jaya. Hal tersebut mendukung adanya suatu penelitian terkait pendapatan khususnya di agrowisata Kampung Kopi, agar sumber pendapatan yang dapat diandalkan untuk mengoptimalkan potensi Desa Rigis Jaya. Namun, sebelum adanya rumusan strategi perlu diketahui persepsi masyarakat terhadap adanya pengembangan Agrowisata Kampung Kopi di Desa Rigis Jaya. Hal ini diharapkan dapat membantu pertimbangan dalam penentuan strategi yang tepat. Berdasar dari potensi dan masalah yang dimiliki kawasan tersebut, maka diangkat dalam suatu penelitian tentang analisis pendapatan dan persepsi masyarakat terhadap strategi pengembangan Agrowisata Kampung Kopi di Desa Rigis Jaya Kecamatan Air Hitam.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dapat diidentifikasi permasalahan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana pendapatan Agrowisata Kampung Kopi di Desa Rigis Jaya Kecamatan Air Hitam Kabupaten Lampung Barat ?
2. Bagaimana persepsi masyarakat terhadap keberadaan Agrowisata Kampung Kopi di Desa Rigis Jaya Kecamatan Air Hitam Kabupaten Lampung Barat ?
3. Bagaimana strategi pengembangan Agrowisata Kampung Kopi di Desa Rigis Jaya Kecamatan Air Hitam Kabupaten Lampung Barat ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis pendapatan Agrowisata Kampung Kopi di Desa Rigis Jaya Kecamatan Air Hitam Kabupaten Lampung Barat.
2. Menganalisis persepsi masyarakat terhadap keberadaan Agrowisata Kampung Kopi di Desa Rigis Jaya Kecamatan Air Hitam Kabupaten Lampung Barat.
3. Menyusun strategi pengembangan Kampung Kopi di Desa Rigis Jaya Kecamatan Air Hitam Kabupaten Lampung Barat.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk :

1. Pengelola Agrowisata Kampung Kopi sebagai bahan informasi dan bahan pertimbangan dalam menjalankan dan mengembangkan Agrowisata Kampung Kopi.
2. Pemerintah, sebagai bahan informasi dan bahan pertimbangan dalam menetapkan kebijakan dan pengambilan keputusan yang terkait dengan program pengembangan agrowisata, khususnya Kampung Kopi.
3. Peneliti lain, sebagai sumber informasi untuk melakukan penelitian lebih lanjut tentang Agrowisata Kampung Kopi atau agrowisata lainnya.

II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

A. Tinjauan Pustaka

1. Pariwisata

Pariwisata merupakan salah satu kegiatan dinamis yang melibatkan banyak manusia dan menghidupkan berbagai bidang usaha (Ismayanti, 2010). Suwanto (2004) menyatakan bahwa berpariwisata adalah suatu proses perginya seseorang menuju tempat lain di luar tempat tinggalnya, dapat bersifat sementara maupun dalam jangka waktu yang lama. Dorongan kepergiannya adalah karena berbagai kepentingan, baik karena kepentingan ekonomi, sosial, kebudayaan, politik, agama, kesehatan maupun kepentingan lain seperti karena sekedar ingin tahu, menambah pengalaman ataupun untuk belajar.

Kegiatan pembangunan di bidang pariwisata pasti memiliki tujuan dan manfaat dari kegiatan yang dilakukan. Berdasarkan Undang-Undang No. 10 Tahun 2009, disebutkan bahwa tujuan pembangunan pariwisata adalah: a) meningkatkan pertumbuhan ekonomi; b) meningkatkan kesejahteraan rakyat; c) menghapuskan kemiskinan; d) mengatasi pengangguran; e) melestarikan alam, lingkungan, dan sumberdaya; f) memajukan kebudayaan; g) mengangkat citra bangsa; h) memupuk rasa cinta tanah air; i) memperkokoh jati diri dan kesatuan bangsa; j) mempererat persahabatan antar bangsa.

Menurut Windiarti (1993), manfaat ataupun keuntungan yang diperoleh dari pengembangan kepariwisataan yaitu: a) makin luasnya kesempatan usaha; b) makin luasnya lapangan kerja; c) meningkatkan pendapatan masyarakat

dan pemerintah; d) mendorong pelestarian budaya dan peninggalan sejarah; e) mendorong terpeliharanya lingkungan hidup; f) terpeliharanya keamanan dan ketertiban; g) mendorong peningkatan dan pertumbuhan di bidang pembangunan sektor lain; h) memperluas wawasan nusantara, memperkokoh persatuan dan kesatuan bangsa, serta menumbuhkan rasa cinta tanah air.

Ismayanti (2010) mengatakan bahwa pariwisata merupakan kegiatan yang dapat dipahami dari banyak pendekatan. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata dijelaskan bahwa:

- a. Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi, dalam jangka waktu sementara.
- b. Wisatawan adalah orang yang melakukan wisata.
- c. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, dan pemerintah.
- d. Kepariwisata adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah, serta pengusaha.
- e. Usaha pariwisata adalah usaha yang menyediakan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dan penyelenggara pariwisata.
- f. Pengusaha pariwisata adalah orang atau sekelompok orang yang melakukan kegiatan usaha pariwisata.
- g. Industri pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata.

2. Agrowisata

a. Definisi Agrowisata

Berdasarkan Surat Keputusan bersama Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi, dan Menteri Pertanian No. KM.47/PW.DOW/MPPT-89 dan No. 204/KPTS/HK/0504/1989, agrowisata didefinisikan sebagai suatu bentuk kegiatan yang memanfaatkan usaha agro mulai dari awal sampai dengan produk pertanian dalam berbagai sistem, skala dan bentuk sebagai objek wisata dengan tujuan untuk memperluas pengetahuan, pengalaman rekreasi dan hubungan usaha di bidang pertanian.

Agrowisata merupakan suatu bentuk wisata yang sangat spesifik, dimana pengunjung dapat menikmati keindahan dan keunikan alam sekaligus menikmati produk agro atau dapat tinggal di lingkungan pertanian, terlibat dalam proses produksi yang kesemuanya dilakukan untuk dapat mengalami, menikmati, mempelajari, dan menghayati bagian dari kehidupan keseharian yang berlangsung di suatu lingkungan pertanian.

Agrowisata tidak hanya memanfaatkan keindahan alam dan keanekaragaman kegiatan pertanian. Saat ini, banyak tercipta model-model agrowisata yang memanfaatkan objek-objek pertanian tertentu. Agrowisata hortikultura, agrowisata tanaman perkebunan, ataupun varian kebun-kebun perkebunan adalah contoh dari sekian banyak agrowisata yang dapat dikembangkan (Departemen Pertanian, 2008).

b. Macam-Macam Agrowisata

Harahap (2000) menyatakan bahwa agrowisata yang dapat dikembangkan di Indonesia antara lain :

1) Wisata di daerah perkebunan

Wisata ini dapat dilakukan berupa kegiatan pra produksi (pembibitan), pemeliharaan dan pasca produksi (pengelolaan dan pemasaran). Sebagai contoh adalah kegiatan wisata perkebunan teh di daerah Puncak dan Bandung Selatan. Pada daerah ini, wisatawan dapat

menyaksikan keindahan alam dan hawa yang sejuk, pemetikan teh, dan proses daur teh menjadi produk teh yang sudah dikemas.

2) Wisata di daerah pertanian tanaman pangan dan hias

Wisata di daerah pertanian tanaman pangan dan tanaman hias merupakan paket kunjungan ke kebun buah dan kebun bunga. Para wisatawan menikmati buah-buahan dengan cara memetik sendiri dan juga dapat melihat secara langsung teknologi pengalengan buah. Hal serupa juga dapat dilakukan pada taman buah dengan pemandangan yang indah, sebagai contoh Taman Buah Mekarsari dan Kebun buah *Plantera Fruit Paradise*.

3) Wisata di daerah perikanan

Para wisatawan dapat menyaksikan teknologi budidaya ikan di lokasi wisata. Selain itu, wisatawan juga dapat melakukan kegiatan yang berhubungan dengan aktivitas perikanan seperti memancing dan menjaring. Sebagai contoh Agrowisata Jimbaran, Bandungan Kabupaten Semarang.

4) Wisata di daerah peternakan

Wisata pada daerah ini merupakan kegiatan usaha yang bertujuan untuk mempelajari cara-cara beternak tradisional maupun secara modern, seperti pada kawasan peternakan unggas, sapi perah, dan ternak potong. Sebagai contoh kegiatan wisata *agroedutourism* yang dilakukan oleh Fakultas Peternakan Institut Pertanian Bogor.

c. Tujuan dan Manfaat Agrowisata

Agrowisata merupakan hasil dari pengembangan pariwisata dan pertanian. Departemen Pertanian (2003) menyebutkan bahwa tujuan dari agrowisata adalah untuk meningkatkan penerimaan devisa bagi negara Indonesia maupun pendapatan bagi daerah yang bersangkutan. Adapun tujuan lainnya adalah sebagai berikut :

- 1) Mengamankan dan melestarikan keberadaan dan citra produk pertanian Indonesia sebagai salah satu diversifikasi produk wisata Indonesia.

- 2) Menciptakan iklim berusaha yang baik kepada para pengusaha di bidang agro dan pariwisata di dalam penyelenggaraan dan pelayanan agrowisata.

Sugeng (2004) mengungkapkan bahwa sektor pertanian yang didalam perkembangannya terdapat agrowisata, dapat menciptakan lapangan pekerjaan, karena usaha ini dapat menyerap tenaga kerja dari masyarakat pedesaan, sehingga dapat menahan atau mengurangi arus urbanisasi yang saat ini semakin pesat. Selain itu, adanya usaha agrowisata juga bertujuan untuk memperluas pengetahuan, pengalaman rekreasi, dan hubungan usaha di bidang pertanian. Melalui pengembangan agrowisata yang menonjolkan budaya lokal dalam memanfaatkan lahan, dapat meningkatkan pendapatan petani, melestarikan sumberdaya lahan, serta memelihara budaya maupun teknologi lokal yang umumnya telah sesuai dengan kondisi lingkungan alamnya (Departemen Pertanian, 2008).

Manfaat agrowisata secara umum adalah sebagai berikut (Tirtawinata dan Fachrudin, 1999) :

- 1) Meningkatkan konservasi lingkungan.
- 2) Meningkatkan nilai estetika dan keindahan alam.
- 3) Memberikan nilai rekreasi.
- 4) Meningkatkan kegiatan ilmiah dan pengembangan ilmu pengetahuan.
- 5) Mendapatkan keuntungan ekonomi.

d. Perkembangan Industri Agrowisata

World Tourism Organisation (WTO) (2009), mengungkapkan bahwa pembangunan pariwisata di Indonesia maupun di manca negara menunjukkan kecenderungan terus meningkat dalam sepuluh tahun terakhir. Konsumsi jasa dalam bentuk komoditas wisata bagi sebagian masyarakat negara maju dan masyarakat Indonesia telah menjadi salah satu kebutuhan sebagai akibat meningkatnya pendapatan, aspirasi dan kesejahteraannya. Wisatawan berkeinginan untuk dapat terlibat dalam bentuk aktivitas di luar lapangan, kepedulian akan persoalan ekologi dan

konservasi alam. Pernyataan tersebut membawa peluang bagi dunia pariwisata di Indonesia, karena motivasi kunjungan wisata di Indonesia baik asing maupun domestik sebagian adalah karena sumber daya alam, khususnya pada wisata agro.

Dalam perkembangan industri wisata agro, Tirtawinata dan Fachruddin (1999) mengungkapkan permasalahan dalam pengembangan dan pengelolaan sebuah agrowisata. Beberapa permasalahan tersebut yang masih relevan terhadap kondisi saat ini antara lain :

- 1) Kurangnya kesadaran pengunjung terhadap lingkungan.
Kesadaran pengunjung terhadap lingkungan terutama di kawasan agrowisata sangat penting, karena tanpa adanya kesadaran pengunjung terhadap lingkungan, kelestarian sebuah agrowisata akan menjadi rusak.
- 2) Koordinasi antar sektor dan instansi yang belum berkembang.
Dalam pengembangan agrowisata diperlukan sebuah koordinasi yang baik dari semua sektor dan instansi terkait, yang meliputi pemerintah sebagai pembuat aturan, rakyat atau petani sebagai subjek, dan dunia usaha pariwisata sebagai penggerak ekonomi rakyat.
- 3) Belum adanya peraturan yang lengkap tentang agrowisata.
Pemerintah Indonesia belum mengeluarkan peraturan dan pengembangan yang lengkap mengenai kebijakan pengembangan agrowisata ke depan.

e. Faktor-Faktor Kritis dalam Pengembangan Agrowisata

Departemen Pertanian (2008) menyebutkan pengembangan agrowisata yang efektif dan efisien harus memperhatikan hal-hal penting sebagai berikut :

- 1) Sumberdaya manusia, meliputi kemampuan, keterampilan, dan pengetahuan pengelola agrowisata dalam menyediakan, mengemas, menyajikan, paket-paket wisata yang menarik wisatawan untuk berkunjung ke agrowisata tersebut. Keberhasilan dari pengembangan

agrowisata sangat tergantung pada kompetensi dari sumberdaya manusia yang terlibat dalam agrowisata tersebut. Dalam hal ini, keberadaan atau peran pemandu wisata dinilai sangat penting, sehingga diperlukan suatu pendidikan khusus mengenai agrowisata. Ketersediaan dan upaya penyiapan tenaga pemandu agrowisata saat ini dinilai masih terbatas.

- 2) Sumberdaya alam dan lingkungan, mencakup objek wisata yang dijual serta lingkungan sekitar termasuk masyarakat. Upaya mempertahankan kelestarian alam dan keasrian sumberdaya alam yang dijual sangat menentukan keberlanjutan agrowisata. Kondisi lingkungan masyarakat sekitar menentukan minat wisatawan untuk berkunjung. Sebaik apapun atraksi wisata yang ditawarkan, jika berada di masyarakat yang tidak menerimanya maka akan menyulitkan dalam pemasaran agrowisata.
- 3) Promosi, merupakan kunci dalam mendorong kegiatan agrowisata. Informasi dan pesan promosi dapat dilakukan melalui berbagai cara seperti melalui *leaflet*, *booklet*, pameran, cinderamata, media (dalam bentuk iklan atau media audiovisual), serta penyediaan informasi pada tempat publik (hotel, bandara, restoran, dan lainnya). Untuk menjalankan usaha promosi diperlukan kerjasama pengelola agrowisata dengan biro perjalanan, perhotelan dan jasa angkutan. Salah satu metode promosi yang dinilai efektif dalam mempromosikan objek agrowisata adalah metode *tasting*, yaitu memberikan kesempatan pada calon konsumen atau wisatawan untuk datang dan menentukan pilihan konsumsi dan menikmati produk tanpa pengawasan berlebihan, sehingga wisatawan merasa nyaman.
- 4) Dukungan sarana dan prasarana, kehadiran wisatawan juga ditentukan oleh kemudahan-kemudahan yang diciptakan, mulai dari pelayanan yang baik, kemudahan akomodasi, transportasi, dan kesadaran masyarakat sekitarnya. Upaya menghilangkan hal-hal yang bersifat formal, kaku dan menciptakan suasana santai serta kesan bersih dan aman merupakan aspek penting yang perlu diciptakan. Selain itu,

dukungan berupa kebijakan pemerintah yang kondusif merupakan kerangka dasar yang diperlukan untuk mendorong perkembangan agrowisata.

- 5) Kelembagaan, pengembangan agrowisata memerlukan dukungan semua pihak, diantaranya pemerintah, swasta, lembaga terkait seperti biro perjalanan wisata, perhotelan, perguruan tinggi, serta masyarakat. Pemerintah bertindak sebagai fasilitator dalam mendukung berkembangnya agrowisata.

3. Teori Pendapatan

Pendapatan merupakan selisih antara penerimaan total dengan biaya total. Pendapatan dicerminkan dalam bentuk imbalan untuk jasa pengelolaan yang menggunakan lahan, tenaga kerja, dan modal yang dimiliki. Ada beberapa pengertian yang perlu diperhatikan dalam menganalisis pendapatan antara lain (Soekartawi, 1995) :

- a. Penerimaan adalah jumlah produksi yang dihasilkan dalam suatu kegiatan usaha dikalikan dengan harga jual yang berlaku di pasar.
- b. Pendapatan bersih adalah penerimaan kotor yang dikurangi dengan total biaya produksi atau penerimaan kotor dikurangi dengan biaya variabel dan biaya tetap.
- c. Biaya produksi adalah semua pengeluaran yang dinyatakan dengan uang yang diperlukan untuk menghasilkan produksi.

Menurut Gustiyana (2004), pendapatan dapat dibedakan menjadi dua yaitu pendapatan usahatani dan pendapatan rumah tangga. Pendapatan merupakan pengurangan dari penerimaan dengan biaya total. Pendapatan rumah tangga yaitu pendapatan yang diperoleh dari kegiatan usahatani ditambah dengan pendapatan yang berasal dari kegiatan di luar usahatani. Pendapatan dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\pi = TR - TC \dots\dots\dots(1)$$

Keterangan :

π = Keuntungan/pendapatan (Rp)
 TR = Total penerimaan (Rp)
 TC = Total biaya (Rp)

Pendapatan usahatani didapatkan dengan menggunakan dua unsur yaitu penerimaan dan pengeluaran dari usahatani tersebut. Penerimaan adalah perkalian antara produksi yang diperoleh dengan harga jual (Soekartawi, 1995). Secara matematis dapat dituliskan sebagai berikut :

$$TR = Y \cdot P_y \dots\dots\dots(2)$$

Keterangan :

TR = Total penerimaan
 Y = Produksi yang diperoleh
 P_y = Harga produksi

Menurut Rahim dan Hastuti (2008), pendapatan merupakan selisih penerimaan dengan semua biaya produksi. Pendapatan meliputi pendapatan kotor (penerimaan total) dan pendapatan bersih. Pendapatan kotor adalah nilai produksi secara keseluruhan sebelum dikurangi biaya produksi.

Pendapatan dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\pi = TR - TC \dots\dots\dots(3)$$

$$\pi = Y \cdot P_y - \{(\sum X_i \cdot P_{xi}) - BTT\} \dots\dots\dots(4)$$

Keterangan :

π = Keuntungan / pendapatan (Rp)
 TR = Total penerimaan (Rp)
 TC = Total biaya (Rp)
 Y = Jumlah produksi (satuan)
 P_y = Harga satuan produksi (Rp)
 X = Faktor produksi (satuan)
 P_x = Harga faktor produksi (Rp/satuan)
 N = Banyaknya *input* yang dipakai
 BTT = Biaya tetap total (Rp)

4. Persepsi Masyarakat

Pengertian persepsi dari kamus psikologi adalah berasal dari bahasa Inggris, *perception* yang artinya : persepsi, penglihatan, tanggapan; adalah proses seseorang menjadi sadar akan segala sesuatu dalam lingkungannya melalui

indera-indera yang dimilikinya atau pengetahuan lingkungan yang diperoleh melalui interpretasi data indera (Kartono dan Gulo, 1987). Persepsi merupakan suatu proses yang didahului oleh penginderaan. Penginderaan adalah merupakan suatu proses diterimanya stimulus oleh individu melalui alat penerima yaitu alat indera. Pada umumnya, stimulus tersebut diteruskan oleh saraf ke otak melalui pusat susunan saraf dan proses selanjutnya merupakan proses persepsi. Stimulus diterima oleh alat indera, kemudian melalui proses persepsi sesuatu yang di indera tersebut menjadi sesuatu yang berarti setelah diorganisasikan dan diinterpretasikan (Walgito, 2000).

Melalui persepsi individu dapat menyadari, dapat mengerti tentang keadaan diri individu yang bersangkutan. Persepsi itu merupakan aktivitas yang ada dalam diri individu seperti perasaan, pengalaman, kemampuan berpikir, kerangka acuan dan aspek-aspek lain yang ada dalam diri individu masyarakat akan ikut berperan dalam persepsi tersebut, faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi pada dasarnya dibagi menjadi 2 yaitu faktor internal dan faktor eksternal (Walgito, 2000). Berdasarkan atas hal tersebut, dapat dikemukakan bahwa dalam persepsi itu sekalipun stimulusnya sama tetapi karena pengalaman tidak sama, kemampuan berpikir tidak sama, kerangka acuan tidak sama, adanya kemungkinan hasil persepsi antara individu dengan individu yang lain tidak sama.

5. Analisis Lingkungan Internal

Tujuan dilakukannya analisis lingkungan internal yaitu untuk melihat seberapa besar kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan (Wheelen dan Hunger, 2004). Perusahaan yang dimaksudkan disini yaitu agrowisata Kampung Kopi. Dalam analisis lingkungan internal terdapat dua unsur yaitu kekuatan atau *strength* (S) dan kelemahan atau *weakness* (W). Untuk menganalisis lingkungan internal diperlukan matriks faktor internal atau biasa disebut dengan IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*) yang

didalamnya terdapat komponen, bobot, *rating*, dan *ranking* dalam sebuah unsur analisis lingkungan internal. Tabel IFAS dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. *Internal Factor Analysis Summary (IFAS)*

<i>Internal Strategic Factor</i>	<i>Weight</i>	<i>Rating</i>	<i>Weighted Score</i>	<i>Comments</i>
<i>Strengths</i>				
1				
2				
3				
<i>Weaknesses</i>				
1				
2				
3				
Total	100			

Sumber: Wheelen dan Hunger, 2004

Cara menggunakan matriks faktor internal dapat dilakukan dengan cara:

- a. Pada kolom pertama ditentukan kekuatan dan kelemahan apa saja yang dimiliki oleh Agrowisata Kampung Kopi yang dijalani.
- b. Pada kolom ke dua diberikan bobot (*weight*) dimulai dari skala seratus sampai nol persen (100-0)%. Penilaian bobot ditentukan mulai dari faktor yang sangat penting yaitu dengan angka seratus persen atau satu dan yang paling tidak penting dengan angka nol.
- c. Pada kolom ke tiga diberikan nilai *rating* yang angkanya terdiri dari angka lima (sangat baik) sampai dengan satu (buruk). Masing-masing faktor tersebut menunjukkan tentang seberapa baik manajemen dalam menghadapi masing-masing faktor internal tersebut.
- d. Pada kolom ke empat diberi nilai bobot nilai tertimbang dengan mengalikan antara kolom ke dua dengan kolom ke tiga.
- e. Pada kolom kelima diberikan catatan mengapa faktor tersebut dipilih.
- f. Pada nilai tertimbang atau kolom nomor empat, semua nilainya dijumlahkan.

Menurut Wheelen dan Hunger (2004), total nilai tertimbang minimum untuk menjadi usaha yang baik adalah sebesar tiga (3).

6. Analisis Lingkungan Eksternal

Tujuan dilakukannya analisis lingkungan eksternal yaitu untuk melihat seberapa besar kemungkinan peluang dan ancaman yang dimiliki oleh perusahaan (Wheelen dan Hunger, 2004). Dalam penelitian ini, perusahaan yang dimaksudkan disini yaitu Agrowisata Kampung Kopi. Dalam analisis lingkungan eksternal terdapat dua unsur yaitu peluang atau *opportunities* (O) dan ancaman atau *threats* (T). Pada analisis eksternal ini menggunakan matriks faktor eksternal yang sering disebut dengan EFAS (*External Factors Analysis Summary*) yang didalamnya terdapat komponen, bobot, *rating*, dan *ranking* dalam sebuah unsur analisis lingkungan internal. Tabel EFAS dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. *External Factor Analysis Summary (EFAS)*

<i>Internal Strategic Factor</i>	<i>Weight</i>	<i>Rating</i>	<i>Weighted Score</i>	<i>Comments</i>
<i>Opportunities</i>				
1				
2				
3				
<i>Threats</i>				
1				
2				
3				
Total	100			

Sumber: Wheelen dan Hunger, 2004

Cara menggunakan matriks faktor eksternal sebenarnya sama dengan matriks internal, yang dapat dilakukan dengan cara:

- a. Pada kolom pertama ditentukan peluang dan ancaman apa saja yang dimiliki oleh Agrowisata Kampung Kopi yang dijalani oleh pengelola setempat.
- b. Pada kolom ke dua diberikan bobot (*weight*) dimulai dari skala seratus sampai nol persen (100-0)%. Penilaian bobot ditentukan mulai dari faktor yang sangat penting yaitu dengan angka seratus persen atau satu dan yang paling tidak penting dengan angka nol.

- c. Pada kolom ke tiga diberikan nilai *rating* yang angkanya terdiri dari angka lima (sangat baik) sampai dengan satu (buruk). Masing-masing faktor tersebut menunjukkan tentang seberapa baik manajemen pengelola Agrowisata Kampung Kopi dalam menghadapi masing-masing faktor eksternal tersebut.
- d. Pada kolom ke empat diberi nilai bobot nilai tertimbang dengan mengalikan antara kolom ke dua dengan kolom ke tiga.
- e. Pada kolom kelima diberikan catatan mengapa faktor tersebut dipilih.
- f. Pada nilai tertimbang atau kolom nomor empat, semua nilainya dijumlahkan.

Jumlah keseluruhan nilai tertimbang ini menunjukkan seberapa baik pengelolaan Agrowisata Kampung Kopi memberikan respon terhadap berbagai faktor internal saat ini. Sama seperti matriks faktor internal, total nilai tertimbang minimum untuk menjadi usaha yang baik adalah sebesar tiga (3). Nilai tersebut menunjukkan rata-rata minimum Agrowisata Kampung Kopi yang baik yang dapat digunakan untuk membandingkan dengan kondisi keadaan lingkungan di luar Agrowisata Kampung Kopi, baik berupa pesaing maupun kondisi lingkungan.

7. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah analisis yang membandingkan antara faktor lingkungan eksternal yang berupa peluang dan ancaman dengan faktor lingkungan internalnya berupa kekuatan dan kelemahan. Menurut Wheelen dan Hunger (2004), dalam analisis SWOT yang telah dimodifikasi dapat digunakan tabel IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*) dan EFAS (*External Factors Analysis Summary*) untuk meringkas hasil pemindaian lingkungan, agar lebih mudah dianalisis. Hal tersebut dilakukan dengan memberikan bobot dan peringkat untuk masing-masing faktor yang mencerminkan tingkat kepentingan faktor yang satu dibanding faktor lainnya. Berdasarkan hasil EFAS dan IFAS, maka dapat dilakukan dengan melakukan formulasi arah strategi dengan matriks SWOT yang

dikembangkan oleh Wehrich (Wheelen dan Hunger, 2004). Matriks SWOT dikembangkan berdasarkan analisis SWOT yang menghasilkan beberapa pilihan strategi. Strategi yang dihasilkan dari kombinasi antara unsur-unsur EFAS dan IFAS dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Alternatif strategi dengan menggunakan matriks SWOT

Internal Faktor (IFAS) Eksternal Faktor(EFAS)	<i>Strength (S)</i>	<i>Weakness (W)</i>	
	<i>Opportunities (O)</i>	<i>Strategies (SO)</i>	<i>Strategies Threats (WO)</i>
	<i>Threats (T)</i>	<i>Strategies (ST)</i>	<i>Strategies (WT)</i>

Sumber: Wheelen dan Hunger, 2004

Menurut Solihin (2011), dijelaskan masing-masing kriteria yang terdapat dalam matriks SWOT yaitu sebagai berikut :

- a. *SO Strategies* merupakan berbagai strategi yang dihasilkan melalui suatu cara pandang bahwa perusahaan atau suatu unit bisnis tertentu dapat menggunakan kekuatan (*strengths*) yang mereka miliki untuk memanfaatkan berbagai peluang (*opportunities*).
- b. *ST Strategies* merupakan berbagai strategi yang dihasilkan melalui suatu cara pandang bahwa perusahaan atau unit bisnis tertentu dapat menggunakan kekuatan (*strengths*) yang mereka miliki untuk menghindari berbagai ancaman (*threats*).
- c. *WO Strategies* merupakan berbagai strategi yang dihasilkan melalui suatu cara pandang bahwa perusahaan atau unit bisnis tertentu dapat memanfaatkan berbagai peluang yang ada di lingkungan eksternal dengan cara mengatasi berbagai kelemahan (*weaknesses*) sumber daya internal yang dimiliki perusahaan saat ini.
- d. *WT Strategies* merupakan berbagai strategi yang pada dasarnya bersifat bertahan (*defensive*) serta bertujuan untuk meminimalkan berbagai kelemahan dan ancaman.

8. *Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)*

Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) adalah alat yang direkomendasikan bagi para ahli strategi untuk melakukan evaluasi pilihan strategi alternatif secara objektif, berdasarkan *Key Success* faktor internal dan eksternal yang telah diidentifikasi sebelumnya. Tujuan QSPM adalah untuk menentukan alternatif strategi pemasaran yang paling baik atau yang menjadi prioritas untuk dijalankan perusahaan, seperti alat analisis lainnya (Umar, 2008).

Unsur-unsur yang terdapat di dalam QSPM adalah strategi-strategi alternatif, faktor-faktor kunci, bobot, AS = nilai daya tarik, TAS= total nilai daya tarik, dan jumlah total nilai daya tarik. Langkah-langkah penggunaan QSPM di dalam proses penetapan keputusan adalah sebagai berikut:

- a. Membuat daftar peluang, ancaman, kekuatan, dan kelemahan perusahaan di kolom sebelah kiri QSPM. Informasi ini diambil dari Matriks EFAS dan Matriks IFAS. Minimal sepuluh *External Critical Success Factors* dan sepuluh *Internal Critical Success Factors* dimasukkan ke dalam QSPM.
- b. Memberikan bobot pada masing-masing faktor sukses eksternal dan internal. Bobot ini sama dengan yang ada di Matriks EFAS dan Matriks IFAS.
- c. Meneliti matriks-matriks pada langkah dua dan identifikasikan strategi alternatif yang pelaksanaannya harus dipertimbangkan perusahaan. Mencatat strategi-strategi ini di bagian atas baris QSPM. Setelah itu, mengelompokkan strategi-strategi tersebut ke dalam kesatuan yang *Mutually Exclusive* jika memungkinkan.
- d. Menentukan *Attractiveness Score (AS)* atau nilai daya tarik. AS ditetapkan dengan cara meneliti masing-masing faktor sukses eksternal dan internal. Tentukan bagaimana peran dari tiap faktor dalam proses pemilihan strategi yang sedang dibuat. Jika peran dari faktor tersebut adalah besar, maka strategi-strateginya harus dibandingkan relatif pada faktor utama itu. Secara terinci, nilai AS harus ada pada masing-masing

strategi untuk menunjukkan kemenarikan relatif dari satu strategi terhadap strategi lainnya. Batasan nilai AS adalah 1 = tidak menarik, 2 = agak menarik, 3 = cukup menarik, dan 4 = sangat menarik.

- e. Menghitung jumlah AS. Jumlah AS didapat dari perkalian bobot (langkah 2) dengan AS (langkah 4) pada masing-masing baris. Jumlah AS menunjukkan daya tarik relatif dari masing-masing alternatif strategi.
- f. Menghitung *Total Attractiveness Score* (TAS) atau total nilai daya tarik. Menjumlahkan semua TAS pada masing-masing kolom QSPM.
- g. Dari beberapa nilai TAS yang didapat, nilai TAS dari alternatif strategi yang tertinggi yang menunjukkan bahwa alternatif strategi itu yang menjadi pilihan utama. Nilai TAS terkecil menunjukkan bahwa alternatif strategi ini menjadi pilihan terakhir. Matriks QSPM dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Matriks *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM)

Faktor-Faktor Kunci	Bobot	Alternatif Strategi					
		Strategi 1		Strategi 2		Strategi 3	
		AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
Faktor kunci internal							
Faktor kunci eksternal							
Jumlah							

Sumber: David, 2002

9. Penelitian Terdahulu

Penelitian tentang analisis pendapatan dan persepsi masyarakat terhadap strategi pengembangan yang telah dilakukan oleh para peneliti sebelumnya memiliki persamaan dan perbedaan dengan penelitian saat ini.

Persamaannya yaitu terletak pada topik dan tujuan penelitian serta metode analisis yang digunakan. Perbedaannya terletak komoditas yang diteliti dan lokasi penelitian. Persamaan penelitian saat ini dengan penelitian terdahulu tidak sepenuhnya sama, seperti Noviansah, Arida, dan Fauzi (2019) dan Bastian (2015) yaitu sama-sama meneliti analisis pendapatan. Perbedaan terletak pada judul, komoditas dan lokasi yang diteliti. Pada penelitian Noviansah, Arida, dan Fauzi (2019), yang diteliti adalah udara pengolahan kopi bubuk di Kota Banda Aceh, sedangkan penelitian ini meneliti agrowisata Kampung Kopi di Desa Rigis Jaya Kecamatan Air Hitam Kabupaten Lampung Barat.

Kemudian pada penelitian yang membahas topik persepsi masyarakat dan strategi pengembangan memiliki persamaan dengan Pupe (2018) yang sama-sama meneliti tentang persepsi masyarakat terhadap suatu objek wisata. Peneliti tentang persepsi masyarakat dan strategi pengembangan memiliki persamaan dengan peneliti Bachtiar, Windia, dan Astii (2015) dan Tiga, Putri, dan Ekayani (2019) yang menganalisis persepsi masyarakat terhadap suatu agrowisata dan menggunakan metode analisis untuk strategi pengembangan yang sama yaitu matriks IFE, matriks EFE, matriks SWOT, dan matriks QSPM. Perbedaannya terletak pada judul dan lokasi yang diteliti. Bachtiar, Windia, dan Astii (2015), meneliti persepsi masyarakat dan strategi pengembangan Agrowisata Salak di Desa Sibetan Kecamatan Bebandem Kabupaten Karangasem Bali, Tiga, Putri, dan Ekayani (2019), meneliti persepsi masyarakat Desa Prai Kahera dan Desa Desa Katikuwai terhadap strategi pengembangan Ekowisata di Taman Nasional Matalawa, NTT. Sedangkan pada penelitian ini meneliti Agrowisata Kampung Kopi di Desa Rigis Jaya Kecamatan Air Hitam Kabupaten Lampung Barat.

Penelitian lain yang membahas topik pembahasan tentang strategi pengembangan memiliki persamaan dengan peneliti Bahur, Vipriyanti, dan Lestari (2020), Fauziah, Ferichani, dan Adi (2016), Kurniasanti (2019), Adnyani, Sukerti, dan Masdarani (2015), dan Bria, Sa'diyah, dan Nugroho (2020), dari metode alat analisis yang digunakan, yaitu menggunakan matriks IFE, matriks EFE, matriks SWOT, dan matriks QSPM. Perbedaanannya terletak pada judul dan lokasi yang diteliti. Bahur, Vipriyanti, dan Lestari (2020), meneliti strategi pengembangan Agrowisata Bali Kopi Mekar di Desa Gulingan Kecamatan Mengwi Kabupaten Badung, Fauziah, Ferichani, dan Adi (2016), meneliti strategi pengembangan Agrowisata Kampung Coklat di kabupaten Blitar, Kurniasanti (2019), meneliti strategi pengembangan Agrowisata Kampung Petani Buah Jeruk Siam di Kecamatan Bangorejo Banyuwangi, Adnyani, Sukerti, dan Masdarani (2015), meneliti strategi pengembangan Agrowisata Salak di Desa Sibetan Kabupaten Karangasem, dan Bria, Sa'diyah, dan Nugroho (2020), meneliti strategi pengembangan usaha strawberry di Agrowisata Petik Strawberry. Sedangkan pada penelitian ini meneliti Agrowisata Kampung Kopi di Desa Rigis Jaya Kecamatan Air Hitam Kabupaten Lampung Barat.

Tabel 7. Penelitian Terdahulu

No	Tema Penelitian	Tujuan Penelitian	Metode Analisis	Hasil
1	Analisis Pendapatan Usaha Pengolahan Kopi Bubuk di Kota Banda Aceh (Studi Kasus pada Usaha Kopi Bubuk Solong Kopi) (Noviansah, Arida, dan Fauzi, 2019).	Menganalisis pendapatan pada usaha pengolahan kopi bubuk pada usaha kopi bubuk Solong Kopi di Kota Banda Aceh	1. Metode Analisis <i>Revenue Cost Ratio</i> (R/C), 2. <i>Break Even Point</i> (BEP), 3. <i>Return of Investment</i> (ROI).	Perolehan R/C rasio sebesar 1,59 yaitu lebih besar dari 1. Pendapatan yang diperoleh pengusaha kopi pada waktu penelitian sebesar Rp.86.051.250/bulan.
2	Analisis Pendapatan dan Keuntungan Usaha pada Industri Kopi Bubuk Kopi Tradisional Aceh di Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat (Bastian, 2015).	Menganalisis perkembangan pendapatan dan keuntungan usaha pada 4 industri bubuk kopi tradisional Aceh di Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat.	1. Metode Analisis Pendapatan $\pi = TR - TC$, 2. Regresi Linier.	Yang mempengaruhi pendapatan usaha pada industri Bubuk Kopi Tradisional Aceh di Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat adalah Modal dan harga jual. Faktor lain diluar model yang bisa membuat pengaruh lebih besar bagi pendapatan Usaha Pada Industri Bubuk Kopi Tradisional Aceh di Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat seperti kurangnya pemasokan biji kopi, rusaknya mesin penggiling kopi, dan lain sebagainya.

Tabel 7. Lanjutan

No	Tema Penelitian	Tujuan Penelitian	Metode Analisis	Hasil
3	Persepsi Masyarakat Terhadap Potensi Objek Wisata Puncak Ahuawali di Desa Ahuawali Kecamatan Puriala Kabupaten Konawe (Pupe, 2018).	Menganalisis Persepsi Masyarakat Terhadap Potensi Objek Wisata Puncak Ahuawali di Desa Ahuawali Kecamatan Puriala Kabupaten Konawe	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis deskriptif kuantitatif dengan perhitungan statistika sederhana melalui presentase 2. Analisis deskriptif kualitatif 	<p>Persepsi masyarakat terhadap obyek wisata dari sisi daya tarik obyek Wisata Puncak Ahuawali berada pada kategori setuju dengan skor rata-rata 3,49 yang berarti: obyek Wisata Puncak Ahuawali memiliki panorama yang indah seperti keindahan pegunungan ilalang, pengunjung dapat menikmati pesona matahari terbit dan terbenam. Persepsi masyarakat terhadap potensi obyek wisata dari sisi potensi Wisata Puncak Ahuawali berada pada kategori setuju dengan skor rata-rata 3,29 yang berarti: obyek Wisata Ahuawali memiliki potensi alam dan potensi budaya diantaranya adalah potensi alamnya yaitu dengan adanya berbagai jenis flora seperti ilalang, dan berbagai jenis fauna seperti elang sulawesi. Namun, saat ini elang sulawesi tersebut sulit untuk dapat ditemui. Adapun potensi budaya yang ada pada obyek Wisata Puncak Ahuawali yaitu sumur tua peninggalan masyarakat terdahulu yang tinggal di sekitar Puncak Ahuawali sebagai sumber mata air. Sumur tersebut juga pernah dijadikan sebagai sumber air PDAM, namun saat ini tidak digunakan lagi. Persepsi masyarakat terhadap potensi obyek wisata dari sisi faktor-faktor yang mempengaruhi potensi Wisata Puncak Ahuawali berada pada kategori setuju dengan skor rata-rata 3,11 yang berarti: aksesibilitas untuk mencapai puncak cukup sulit, sehingga banyak pengunjung yang memanfaatkan medan tersebut sebagai olahraga.</p>

Tabel 7. Lanjutan

No	Tema Penelitian	Tujuan Penelitian	Metode Analisis	Hasil
4	Persepsi Masyarakat dan Strategi Pengembangan Agrowisata Salak di Desa Sibetan Kecamatan Bebandem Kabupaten Karangasem Bali (Bachtiar, Windia, dan Astiti, 2015).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengetahui persepsi masyarakat tentang pengembangan agrowisata salak. 2. Menganalisis lingkungan internal eksternal, merumuskan strategi alternatif dan menentukan prioritas strategi dalam pengembangan agrowisata salak. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis matriks internal, eksternal, dan (IE), 2. <i>Matrix grand strategy</i> serta analisis SWOT, 3. Analisis QSPM untuk menentukan prioritas strategi. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Persepsi masyarakat Desa Sibetan tentang pengembangan agrowisata salak sangat baik dengan skor 86,86%. 2. Identifikasi faktor internal dan eksternal diantaranya aksesibilitas agrowisata, panorama yang indah, keamanan lingkungan, atraksi agrowisata salak, sebagai alternatif tujuan wisata, kebijakan pemerintah daerah, adanya kelembagaan, kecenderungan penduduk dunia melakukan wisata, adanya dukungan teknologi. 3. Strategi alternatif yang telah dirumuskan berdasarkan SWOT menghasilkan beberapa rumusan strategi diantaranya meningkatkan peran aktif masyarakat dalam pengelolaan agrowisata, menggali potensi alam yang dimiliki untuk mengoptimalkan keunggulan agrowisata serta menjaga agar produk tetap bermutu, meningkatkan promosi secara optimal dengan memanfaatkan teknologi, memanfaatkan hubungan baik dengan instansi pemerintah atau pihak swasta 4. Strategi yang paling tepat untuk diprioritaskan berdasarkan hasil analisis QSPM adalah menggali potensi alam yang dimiliki untuk mengoptimalkan keunggulan agrowisata serta tetap menjaga produk tetap bermutu.

Tabel 7. Lanjutan

No	Tema Penelitian	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Hasil
5	Persepsi Masyarakat Desa Katikuwai dan Desa Prai Kareha Terhadap Pengembangan Ekowisata di Taman Nasional Matalawa, NTT (Tiga, Putri, dan Ekayani, 2019).	Menganalisis persepsi masyarakat terkait upaya pengembangan kawasan Wangameti menjadi kawasan ekowisata.	1. Analisis deskriptif kualitatif, 2. Skala <i>likert</i> .	Dukungan yang ditunjukkan melalui persepsi positif masyarakat Desa Katikuwai dan Desa Praing Kareha terhadap pengembangan ekowisata di kawasan Laiwangi Wanggameti adalah modal yang baik dalam membangun interaksi sosial antara pihak pengelola TN Matalawa dengan masyarakat desa sekitar. Karena tidak dapat dipungkiri bahwa ekowisata sebagai sebuah industri wisata merupakan bagian dari cultural industry yang tentunya akan melibatkan banyak orang termasuk didalamnya masyarakat yang ada disekitar kawasan wisata.
6	Strategi Pengembangan Agrowisata Bali Kopi Mekar di Desa Gulingan Kecamatan Mengwi Kabupaten Badung (Bahur, Vipriyanti, dan Lestari, 2020).	Menganalisis strategi pengembangan Agrowisata Bali Kopi Mekar di Desa Gulingan Kecamatan Mengwi Kabupaten Badung.	1. Analisis deskriptif kualitatif, 2. Analisis SWOT.	Berdasarkan skor bobot IFAS 3,3255 dan EFAS 3,1364 menempatkan agrowisata Bali Kopi Mekar berada pada sel 1 yang artinya strategi yang diterapkan adalah strategi yang mampu menumbuhkan dan memberi pembinaan terhadap pengembangan Agrowisata Bali Kopi Mekar. Strategi tersebut adalah: (1) Meningkatkan kemampuan karyawan dalam bahasa asing; (2) Menjaga tingkat kesuburan tanah; (3) Menjaga kualitas kopi; (4) Mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif; (5) Meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang yang lebih baik.

Tabel 7. Lanjutan

No	Tema Penelitian	Tujuan Penelitian	Metode Analisis	Hasil
7	Strategi Pengembangan Agrowisata Kampung Coklat di Kabupaten Blitar (Fauziyah, Ferichani, dan Adi, 2016).	Merumuskan dan menerapkan strategi pengembangan yang telat untuk mengembangkan serta meningkatkan jumlah pengunjung.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal 2. Perumusan Alternatif Strategi 3. Analisis QSPM 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Faktor Internal yang menjadi kekuatan utama agrowisata Kampung Coklat a) Dimensi kekuatan finansial, b) Dimensi keunggulan kompetitif. 2. Faktor Eksternal yang menjadi kelemahan utama dari agrowisata Kampung Coklat adalah dimensi keunggulan kompetitif, peluang utama dimensi stabilitas lingkungan, ancaman utama adalah dimensi stabilitas lingkungan. 3. Strategi yang dapat diterapkan antara lain: (a) Strategi integrasi ke depan: (i) membuat struktur organisasi dan SOP tenaga kerja (ii) membuka toko di pusat kota Blitar) (b) Strategi integrasi ke belakang (mendirikan pabrik pengolahan biji kakao) (c) Strategi penetrasi pasar (i) menjalin kerjasama dengan distributor (ii) menjalin kontrak kerja dengan reseller (iii) menitipkan produk di toko-toko yang ada di daerah Blitar (d) Strategi pengembangan pasar (menitipkan produk di toko-toko daerah Blitar) (e) Strategi pengembangan produk: (i) Memproduksi mie coklat mentah (ii) Memproduksi bubuk coklat murni (iii) Memasukkan aktivitas petik buah kakao ke dalam paket edukasi wisata (iv) Perluasan lokasi area agrowisata dan penambahan wahana pertanian (v) Memperpanjang waktu operasional. 4. Prioritas strategi agrowisata Kampung Coklat adalah mendirikan pabrik pengolahan biji kakao di daerah Blitar dengan perolehan nilai TAS dalam QSPM sebesar 6,71

Tabel 7. Lanjutan

No	Tema Penelitian	Tujuan Penelitian	Metode Analisis	Hasil
8	Analisis Strategi Pengembangan Agrowisata Kampung Petani Buah Jeruk Siam di Kecamatan Bangorejo Banyuwangi (Kurniasanti, 2019).	<ol style="list-style-type: none"> Menganalisis strategi apa saja yang dapat diterapkan dalam upaya pengembangan Agrowisata Kampung Buah Jeruk Siam. Menentukan strategi prioritas yang tepat untuk Agrowisata Kampung Buah Jeruk Siam. 	<ol style="list-style-type: none"> Analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Analisis lingkungan internal dan eksternal. Analisis deskriptif dengan pendekatan analisis SWOT. Metode analisis QSPM 	<ol style="list-style-type: none"> Faktor lingkungan internal dari penelitian ini menghasilkan enam kekuatan dan empat kelemahan. Faktor lingkungan eksternal dari penelitian ini menghasilkan lima peluang dan tiga ancaman. Strategi pengembangan agrowisata kampung petani buah jeruk siam yang memiliki 9 alternatif strategi yang dihasilkan dari analisis SWOT. Prioritas strategi pengembangan agrowisata kampung petani buah jeruk siam menghasilkan 2 strategi prioritas utama dari hasil analisis AHP yang meliputi: (1) meningkatkan keterampilan SDM melalui pendampingan, pemanduan, dan pelatihan bagi petani serta kelompok tani, (2) menciptakan <i>diversifikasi</i> produk turunan buah jeruk siam menjadi <i>pulpy orange</i> siam maupun selai siam.

Tabel 7. Lanjutan

No	Tema Penelitian	Tujuan Penelitian	Metode Analisis	Hasil
9	Strategi Pengembangan Agrowisata Salak di Desa Sibetan Kabupaten Karangasem (Adnyani, Sukerti, dan Masdarani, 2015).	Menganalisis strategi alternatif pengembangan Agrowisata Salak Sibetan.	Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan Analisis SWOT dan Analisis Deskriptif	Strategi pengembangan yang dirancang berdasarkan analisis SWOT (<i>strength, weakness, opportunities, threat</i>) sebagai berikut: a. Strategi SO (<i>strength opportunities</i>): menggali potensi wisata alam yang ada untuk dioptimalkan pengembangannya, membentuk kelompok sadar agrowisata di lingkungan banjar, mengemas berbagai potensi seni yang ada. b. Strategi WO (<i>weakness opportunities</i>): membentuk organisasi pengelola agrowisata yang lebih profesional, menggarap berbagai potensi yang dimiliki, menambah fasilitas sesuai standar pariwisata (pasar souvenir, kamar mandi/toilet, menjalin kerjasama dengan berbagai pihak yang memiliki kompetensi di bidang pariwisata c. Strategi ST (<i>strength threat</i>): menawarkan berbagai potensi yang ada kepada pihak luar dan mengadakan studi banding ke destinasi wisata sejenis d. Strategi WT (<i>weakness threat</i>): meningkatkan kesadaran wisata berkelanjutan dan mengajukan proposal pengajuan dana.

Tabel 7. Lanjutan

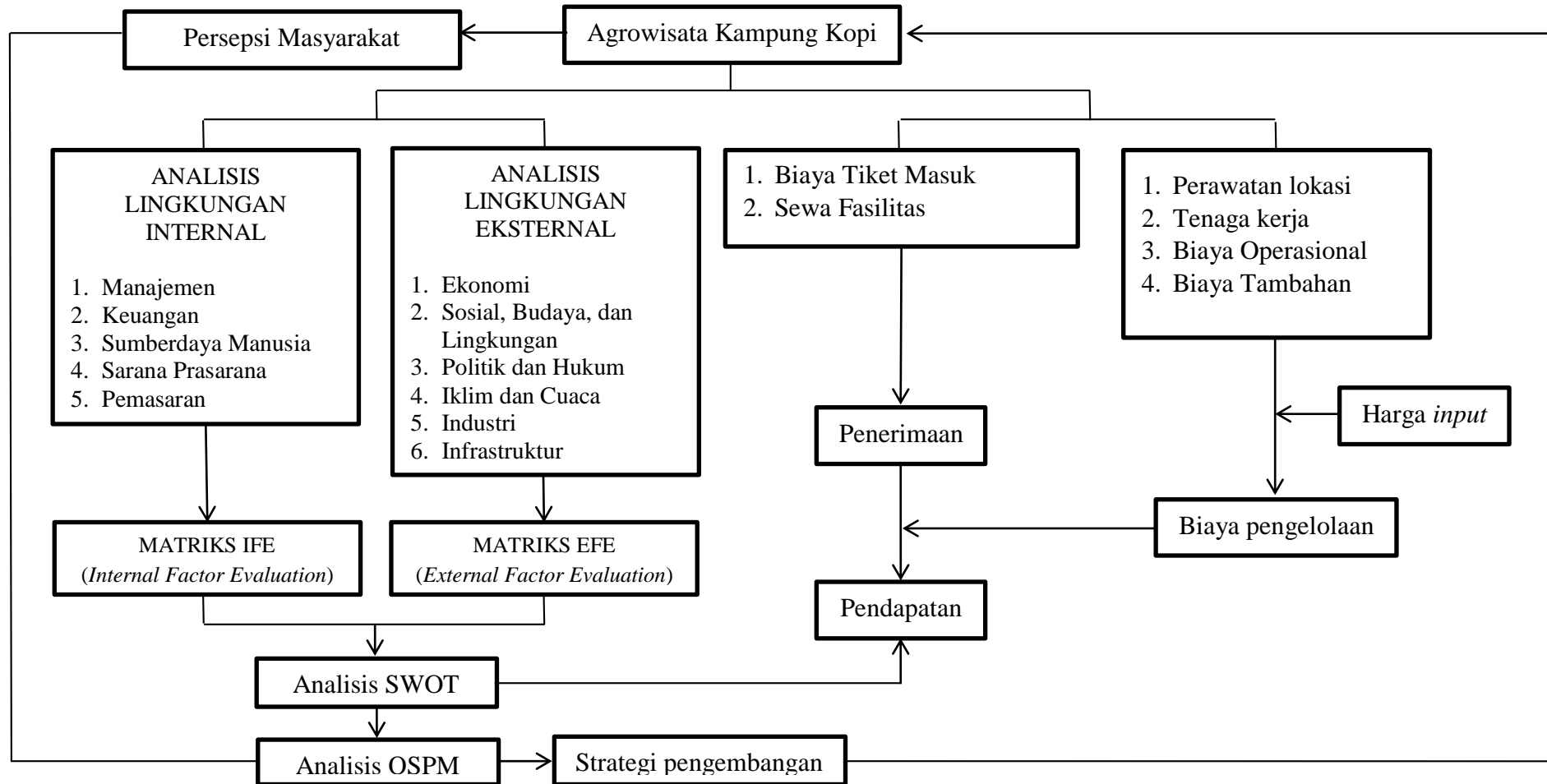
No	Tema Penelitian	Tujuan Penelitian	Metode Analisis	Hasil
10.	Strategi Pengembangan Usaha Strawberry di Agrowisata Petik Strawberry (Bria A., Sa'diyah A.A., dan Nugroho A.P., 2020)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menganalisis strategi pengembangan Agrowisata Petik <i>Strawberry</i> di Desa Pandanrejo, Kecamatan Bumiaji. 2. Menganalisis faktor-faktor yang mendukung pengembangan Agrowisata Petik <i>Strawberry</i> di Desa Pandanrejo, Kecamatan Bumiaji. 3. Menganalisis faktor-faktor yang menghambat pengembangan Agrowisata Petik <i>Strawberry</i> di Desa Pandanrejo, Kecamatan Bumiaji. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Matriks Evaluasi Faktor Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFE) Internal (IFE) 2. Matriks Matriks SWOT IE 3. Matriks Perencanaan Strategi Kuantitatif (QSPM) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Strategi yang dapat dilakukan untuk pengembangan agrowisata petik strawberry adalah : <ol style="list-style-type: none"> a. Mengoptimalkan fasilitas dan meningkatkan pelayanan serta promosi objek wisata petik strawberry. b. Melakukan diservikasi produk dengan memaksimalkan lahan yang ada. c. Menyusun paket wisata dengan berbagai tingkat harga. d. Bekerjasama dengan travel agent dan meningkatkan kualitas sumberdaya manusia. 2. Faktor-faktor pendukung agrowisata petik strawberry: <ol style="list-style-type: none"> a. Gaya hidup masyarakat yang ini kembali ke alam. b. Perkembangan teknologi informasi sebagai sarana untuk mempromosikan agrowisata serta marketing kepada masyarakat. c. Kondisi alam yang sangat potensial untuk pengembangan agrowisata petik strawberry.

B. Kerangka Pemikiran

Agrowisata merupakan rangkaian kegiatan wisata yang memanfaatkan potensi pertanian sebagai obyek wisata. Salah satu agrowisata yang sedang dikembangkan di Kabupaten Lampung Barat adalah Agrowisata Kampung Kopi di Desa Rigin Jaya. Saat ini, penerimaan agrowisata Kampung Kopi berasal dari biaya parkir dan penyewaan fasilitas di Agrowisata Kampung Kopi. Pengelolaan Agrowisata Kampung Kopi membutuhkan biaya pengelolaan yang harus dikeluarkan oleh pengelola seperti perawatan lokasi, tenaga kerja, peralatan dan perlengkapan. Setelah mengetahui penerimaan yang diterima dan biaya pengelolaan yang harus dikeluarkan, maka dapat diketahui pendapatan agrowisata Kampung Kopi dengan menghitung selisih antara penerimaan dengan biaya pengelolaan agrowisata tersebut. Semakin tinggi penerimaan dan semakin rendah biaya produksi akan memperbesar selisihnya, yang pada akhirnya akan memperbesar keuntungan agrowisata.

Keberadaan Agrowisata Kampung Kopi di Desa Rigin Jaya harus terus dipertahankan dan dikembangkan, karena memiliki potensi yang cukup baik, sehingga diperlukannya strategi pengembangan yang tepat terhadap agrowisata Kampung Kopi. Strategi pengembangan yang akan dijalankan membutuhkan dukungan dari masyarakat di sekitar lokasi Agrowisata Kampung Kopi, karena dampak dari adanya strategi pengembangan akan dirasakan oleh masyarakat Desa Rigin Jaya sendiri. Dukungan dari masyarakat Desa Rigin Jaya dapat dilakukan dengan menggunakan analisis persepsi masyarakat terhadap strategi pengembangan Agrowisata Kampung Kopi. Strategi pengembangan Agrowisata mempunyai lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Menurut David (2011), lingkungan internal dapat dibagi menjadi lima kategori diantaranya, 1) Manajemen, 2) Keuangan, 3) Sumberdaya Manusia, 4) Sarana Prasarana, dan 5) Pemasaran. Sedangkan untuk lingkungan eksternal dapat dibagi menjadi lima kategori diantaranya, 1) Ekonomi, 2) Sosial, budaya, dan lingkungan 3) Politik dan hukum, 4) Iklim dan cuaca, 5) Industri, dan 6) Infrastruktur yang dilihat berdasarkan keadaan di lapangan.

Variabel internal dan eksternal kemudian diringkas dan dijabarkan dalam matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) dan matriks EFAS (*External Factor Analysis Summary*). Matriks IFAS untuk mengidentifikasi faktor internal, sedangkan matriks EFAS untuk faktor eksternal, dan hasil kedua matriks tersebut dimasukkan ke dalam diagram SWOT. Pengambilan prioritas alternatif strategi pengembangan bagi Agrowisata Kampung Kopi dilakukan dengan matriks QSPM. Bagan alir yang digunakan pada penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka pemikiran analisis pendapatan dan persepsi masyarakat terhadap strategi pengembangan Agrowisata Kampung Lopi di Desa Rigis Jaya Kecamatan Air Hitam Kabupaten Lampung Barat

III. METODE PENELITIAN

A. Konsep Dasar dan Definisi Operasional

Konsep dasar dan definisi operasional mencakup semua pengertian dan pengukuran yang dipergunakan untuk mendapatkan data yang akan dianalisis sesuai dengan tujuan penelitian. Konsep dasar dan definisi operasional dalam penelitian ini adalah :

Agrowisata adalah suatu bentuk pariwisata yang memanfaatkan usaha agro atau agribisnis sebagai objek wisata dengan tujuan untuk memperluas pengetahuan, pengalaman, rekreasi, dan hubungan wisata di bidang pertanian.

Persepsi masyarakat adalah pengamalan tentang suatu objek atau peristiwa yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi mengenai Agrowisata Kampung Kopi.

Perawatan lokasi adalah biaya yang dikeluarkan untuk merawat dan memperbaiki agrowisata Kampung Kopi, yang diukur dalam satuan rupiah perbulan (Rp/bulan).

Tenaga kerja adalah sejumlah orang yang membantu memperlancar proses pengelolaan agrowisata Kampung Kopi. Diukur dalam satuan harian kerja (HOK)/bulan.

Biaya operasional adalah biaya yang wajib dikeluarkan setiap bulan untuk menjalankan dan mengelola Agrowisata Kampung Kopi, seperti biaya listrik dan air bersih yang diukur dalam satuan rupiah per bulan (Rp)/bulan.

Biaya Tambahan adalah biaya tak terduga yang dikeluarkan ketika ada sesuatu yang harus di bayar ketika mengelola Agrowisata Kampung Kopi yang diukur dalam satuan rupiah per bulan (Rp/bulan).

Input adalah seluruh bahan-bahan dan alat-alat yang digunakan untuk pengelolaan di Agrowisata Kampung Kopi. *Input* pada Agrowisata Kampung Kopi berupa perawatan lokasi, tenaga kerja, peralatan, perlengkapan.

Harga input adalah semua harga yang dikeluarkan dalam memperoleh *input* yang dibutuhkan dalam mengelola Agrowisata Kampung Kopi, yang diukur dalam satuan rupiah per bulan (Rp/bulan).

Biaya adalah jumlah seluruh nilai korbanan yang dikeluarkan oleh pengelola Agrowisata Kampung Kopi selama satu bulan yang diukur dalam satuan rupiah per bulan (Rp/bulan).

Biaya pengelolaan adalah nilai korbanan yang dikeluarkan dalam proses pengelolaan Agrowisata Kampung Kopi yang terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel yang diukur dalam satuan rupiah per bulan (Rp/bulan).

Penerimaan adalah jumlah uang yang diterima oleh pengelola Agrowisata Kampung Kopi, dihitung dengan menjumlahkan biaya parkir, kontribusi pendapatan kedai kopi, sewa fasilitas dan sewa tempat yang diukur dalam satuan rupiah per bulan (Rp/bulan).

Pendapatan adalah hasil pengurangan antara penerimaan total dengan biaya total yang dikeluarkan untuk pengelolaan Agrowisata Kampung Kopi dalam satuan rupiah per bulan (Rp/bulan).

Strategi adalah rencana yang disatukan, luas serta berintegrasi. Strategi menghubungkan keunggulan perusahaan dengan tantangan lingkungan, yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan dapat tercapai.

Strategi pengembangan agrowisata adalah serangkaian kegiatan dalam pengambilan keputusan dengan menganalisis faktor-faktor strategis dalam agrowisata baik faktor-faktor dari luar (sosial dan lingkungan, pesaing, iklim dan cuaca serta kebijakan pemerintah) maupun dari dalam (fasilitas, manajemen dan pendanaan, sumber daya manusia, lokasi agrowisata serta promosi).

Analisis lingkungan internal agrowisata adalah suatu analisis untuk mengidentifikasi faktor-faktor strategis dari dalam agrowisata yang mempengaruhi keberhasilan misi, tujuan dan kebijakan agrowisata baik faktor-faktor yang menguntungkan (*kekuatan/strength*) maupun faktor yang merugikan (*kelemahan/weakness*) meliputi manajemen, keuangan, sumberdaya manusia, sarana prasarana, serta pemasaran.

Analisis lingkungan eksternal agrowisata adalah suatu analisis untuk mencari faktor-faktor strategis dari luar agrowisata yang mempengaruhi keberhasilan misi, tujuan dan kebijakan agrowisata baik faktor yang menguntungkan (*peluang/opportunities*) maupun faktor yang merugikan (*ancaman/threats*) meliputi ekonomi, sosial, budaya dan lingkungan, politik dan hukum, iklim dan cuaca, industry, serta infrastruktur.

Manajemen memiliki fungsi yang terdiri dari lima aktivitas dasar yaitu, perencanaan, pengorganisasian, pemberian motivasi, pengelolaan staf, dan pengendalian. Perencanaan terdiri atas semua aktivitas manajerial yang terkait dengan persiapan untuk jangka panjang, agar Agrowisata Kampung Kopi tetap bertahan.

Keuangan sering dianggap sebagai ukuran tunggal yang terbaik dari posisi kompetitif perusahaan dan daya tarik keseluruhan bagi investor. Menentukan kekuatan dan kelemahan keuangan suatu organisasi merupakan hal penting untuk merumuskan strategi secara efektif. likuiditas, *leverage*, modal kerja, profitabilitas, pemanfaatan aset, arus kas, dan ekuitas suatu perusahaan dapat menghilangkan beberapa strategi alternatif yang layak. Faktor keuangan sering mengubah strategi yang ada dan mengubah rencana implementasi.

Sumberdaya manusia adalah untuk meningkatkan kecocokan antara individu tenaga kerja dan pekerjaan. Sebuah departemen sumberdaya manusia yang baik harus tahu bagaimana menggunakan survei sikap dan perangkat umpan balik lain untuk menilai kepuasan pengunjung dengan pekerjaan mereka di Agrowisata Kampung Kopi.

Sarana adalah segala jenis peralatan yang berfungsi sebagai alat utama/ alat langsung untuk mencapai tujuan. Misalnya: tempat tidur, toilet, tempat sampah, dan lain-lain.

Prasarana adalah merupakan seperangkat alat yang berfungsi secara tidak langsung untuk mencapai tujuan.

Pemasaran dapat dijelaskan sebagai proses mendefinisikan, mengantisipasi, menciptakan, dan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dalam memperoleh sebuah produk atau jasa.

Ekonomi memiliki dampak langsung terhadap masyarakat demi tercapainya kemakmuran dengan memanfaatkan daya tarik yang berpotensi dari berbagai strategi yang diterapkan.

Politik dan Hukum, terdiri dari pemerintahan federal, negara bagian, daerah, dan luar negeri adalah regulator utama, penghambat (*deregulators*), penyubsidi, pengusaha, dan pelanggan dari sebuah organisasi perusahaan. Oleh karena itu, faktor politik, pemerintahan, dan hukum, dapat mewakili peluang atau ancaman utama bagi baik organisasi perusahaan kecil dan besar. Bagi industri dan perusahaan-perusahaan yang sangat bergantung pada kontrak atau subsidi pemerintah, perkiraan politik dapat menjadi bagian paling penting dari analisis lingkungan eksternal.

Sosial, budaya, dan lingkungan memiliki dampak yang besar pada hampir semua produk, jasa, pasar, dan pelanggan. Organisasi perusahaan kecil, besar, *profit*, dan *nirlaba* dalam semua industri sedang ditantang oleh peluang dan

ancaman yang timbul dari perubahan variabel sosial, budaya, demografi, dan lingkungan. Tren baru menciptakan berbagai jenis konsumen dan akibatnya, menciptakan kebutuhan akan berbagai produk, layanan, dan penerapan strategi yang berbeda.

Iklim dan Cuaca adalah suatu keadaan atmosfer bumi yang memiliki jangka waktu tertentu, cuaca hanya bersifat sementara, sedangkan iklim memiliki jangka waktu yang lebih lama.

Industri salah satu cara untuk menganalisis daya saing antara dua atau di antara beberapa perusahaan adalah menyelidiki masalah kesamaan pasar dan sumberdaya sambil mencari daerah-daerah potensi keunggulan kompetitif sepanjang rantai nilai masing-masing perusahaan.

Infrastruktur memiliki dampak sebagai kebutuhan dasar fisik dari Agrowisata Kampung Kopi untuk jaminan ekonomi sektor *public* dan sektor *private*, sebagai layanan fasilitas yang dibutuhkan untuk membuat perekonomian berfungsi dengan baik. Infrastruktur ini berbentuk teknis atau fisik, sehingga dapat mendukung jaringan struktur seperti fasilitas jalan, air bersih, perlistrikan, dan telekomunikasi.

Matriks IFAS (Matriks Faktor Strategi Internal) adalah suatu matrik yang menggambarkan susunan daftar faktor-faktor internal yang mempengaruhi strategi pengembangan usaha usaha. Faktor eksternal terdiri dari kekuatan dan kelemahan.

Matriks EFAS (Matriks Faktor Strategi Eksternal) adalah suatu matrik yang menggambarkan susunan daftar faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi strategi pengembangan usaha-usaha. Faktor eksternal terdiri dari peluang dan ancaman.

Analisis SWOT adalah sebuah analisis situasi dan kondisi yang bersifat deskriptif (memberi gambaran). Analisis ini menempatkan situasi dan kondisi

sebagai faktor masukan, yang kemudian dikelompokkan menurut kontribusinya masing-masing.

Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) adalah alat yang direkomendasikan bagi para ahli strategi untuk melakukan evaluasi pilihan strategi alternatif secara objektif, berdasarkan *Key Success* faktor internal dan eksternal yang telah diidentifikasi.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di Agrowisata Kampung Kopi Desa Rigis Jaya, Kecamatan Air Hitam, Kabupaten Lampung Barat. Lokasi penelitian dipilih dengan sengaja yaitu menggunakan Metode *Non-Probability Sampling* dengan *Sampling Purposive* yang merupakan teknik penentuan lokasi dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan dipilihnya Agrowisata Kampung Kopi adalah sebagai upaya Pemerintah Kabupaten Lampung Barat dalam mengembangkan agrowisata yang memanfaatkan potensi pertanian sebagai objek wisata, baik dari pemandangan alam atau komoditas yang menjadi unggulan. Kampung Kopi menjadi tempat untuk mempromosikan komoditas unggulan kopi robusta, sekaligus mengenalkan lebih luas potensi kopi dan potensi objek pariwisata di Kabupaten Lampung Barat dengan diadakannya Festival Kopi yang diadakan setiap tahun.

Waktu pengambilan data penelitian dilakukan selama dua kali, yaitu pada bulan Desember 2020, dimana pada akhir tahun dilakukan pembukuan akhir untuk pelaporan pertanggungjawaban Agrowisata Kampung Kopi kepada BUMDes Maju Bersama Desa Rigis Jaya dan bulan Agustus 2021. Pada hari kerja untuk memperoleh data dari pengelola agrowisata Kampung Kopi, ketua Kelompok Sadar Wisata, kepala Desa Rigis Jaya, 1 orang perwakilan Dinas Pariwisata Kabupaten Lampung Barat, 1 orang dosen dari Universitas Lampung dan hari libur untuk memperoleh data dari 3 orang pengunjung serta masyarakat sekitar Agrowisata Kampung Kopi.

C. Populasi, Sampel, dan Responden Penelitian

Populasi merupakan keseluruhan subjek yang akan diteliti dengan karakteristik yang dapat dikatakan sama, sehingga dapat digeneralisasikan hasil penelitian yang dilakukan terhadap populasi tersebut (Sugiyono, 2016). Populasi merupakan masyarakat Desa Rigis Jaya yang bermukim disekitar 200 meter dari Agrowisata Kampung Kopi tersebut. Dalam menjawab tujuan penelitian yang kedua dilakukan dengan mencari jumlah total populasi masyarakat yang tinggal berdekatan dengan Agrowisata Kampung Kopi. Jumlah populasi yang berada di sekitar Agrowisata Kampung Kopi yaitu 141 orang, maka dilakukan pengambilan sampel. Untuk menentukan besarnya ukuran sampel, maka dilakukan dengan menggunakan statistik deskriptif berdasarkan rumus Slovin dalam Umar (2003) sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2} \dots\dots\dots(5)$$

Sehingga jumlah sampel yang didapatkan yaitu :

$$n = \frac{141}{1+141(15\%)^2}$$

$$n = \frac{141}{1+141(0,15)^2}$$

$$n = \frac{141}{1+3,1725}$$

$$n = 33,79$$

Dimana :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Tingkat kelonggaran (15%)

Tingkat kelonggaran 15% digunakan dengan dasar jumlah tidak lebih dari 2.000 populasi (Sugiyono, 2003). Dengan adanya jumlah sampel yang telah ditemukan yaitu 34, maka teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *accidental sampling* yaitu pengambilan sampel secara tidak sengaja kepada masyarakat sekitar Agrowisata Kampung Kopi yang bersedia diwawancara dengan panduan kuisioner.

Populasi dalam menjawab tujuan penelitian ketiga adalah pengelola agrowisata Kampung Kopi, ketua Kelompok Sadar Wisata, kepala Desa Rigin Jaya, 1 orang perwakilan Dinas Pariwisata Kabupaten Lampung Barat, 1 orang dosen dari Universitas Lampung, dan 3 orang pengunjung Agrowisata Kampung Kopi yang terbagi dari pengunjung lokal, pengunjung dari kecamatan lain, dan pengunjung dari luar Kabupaten Lampung Barat. Populasi pada penelitian ini diketahui jumlah dan memiliki kerangka sampling, sehingga pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *purposive* sampling yaitu pengambilan sampel secara sengaja kepada responden dengan panduan kuisioner.

D. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Deskriptif kualitatif digunakan pada analisis persepsi masyarakat, sedangkan deskriptif kuantitatif digunakan pada analisis pendapatan dan strategi pengembangan dari aspek lingkungan internal dan lingkungan eksternal agrowisata berdasarkan data yang diperoleh dari hasil wawancara dan pengisian kuesioner dengan menggunakan matriks IFAS, EFAS dan diagram analisis SWOT. Analisis SWOT dipakai untuk menentukan strategi yang diperlukan agrowisata untuk berkembang, serta penetapan prioritas strategi pengembangan menggunakan matriks QSPM.

1. Analisis Pendapatan

Pendapatan adalah hasil pengurangan antara penerimaan total dengan biaya total yang dikeluarkan selama satu bulan untuk mengelola Agrowisata Kampung Kopi. Analisis pendapatan yang dilakukan untuk menghitung pendapatan yang diperoleh pengelola Agrowisata Kampung Kopi.

Berdasarkan konsep penerimaan (*total revenue*) dan biaya (*total cost*), maka pendapatan Agrowisata Kampung Kopi diperoleh berdasarkan persamaan berikut (Nicholson, 1995) :

$$\pi = TR - TC \dots\dots\dots(6)$$

Keterangan:

π = Pendapatan

TR = Penerimaan yang diperoleh oleh Agrowisata Kampung Kopi

TC = Seluruh biaya yang ditanggung oleh Agrowisata Kampung Kopi

2. Analisis Persepsi Masyarakat

Tujuan kedua dalam penelitian ini adalah menganalisis persepsi masyarakat Desa Rigis Jaya terhadap Agrowisata Kampung Kopi di Desa Rigis Jaya Kecamatan Air Hitam Kabupaten Lampung Barat. Persepsi masyarakat adalah tanggapan atau pendapat dari masyarakat Desa Rigis Jaya terhadap pengembangan Agrowisata Kampung Kopi menggunakan alat analisis Skala *Likert*. Hasil pengukuran persepsi masyarakat Desa Rigis Jaya terhadap pengembangan Agrowisata Kampung Kopi dibagi menjadi lima katagori, yaitu : nilai 5 untuk katagori sangat setuju, nilai 4 untuk katagori setuju, nilai 3 untuk katagori sedang, nilai 2 untuk katagori tidak setuju, dan nilai 1 untuk katagori sangat tidak setuju.

a. Rumus perhitungan Skala *Likert* menggunakan 5 alternatif jawaban

$$NL = \Sigma (n1 \times 1) + (n2 \times 2) + (n3 \times 3) + (n4 \times 4) + (n5 \times 5) \dots\dots\dots(7)$$

Keterangan :

NL = Nilai *scoring* Skala *Likert*

N = Jumlah jawaban *score* (alternatif skor Skala *Likert* 1 sampai 5)

b. Rumus perhitungan rata-rata tiap aspek pertanyaan

$$Q = NL / x \dots\dots\dots(8)$$

Keterangan :

NL = Nilai *scoring* Skala *Likert*

X = Jumlah sampel responden

3. Analisis Strategi Pengembangan

a. Matriks IFE

Tujuan ketiga penelitian ini yaitu mengidentifikasi kondisi internal Agrowisata Kampung Kopi dengan menentukan beberapa variabel atau komponen faktor yang digunakan dalam penelitian dan menganalisis

pendapatan Agrowisata Kampung Kopi sebagai salah satu komponen faktor internal yang digunakan untuk identifikasi kekuatan dan kelemahan agrowisata. Langkah yang dilakukan adalah mendaftarkan poin-poin faktor strategi internal (IFE) yang terpenting dalam kolom faktor strategis adalah sebagai berikut:

- 1) Menentukan faktor internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan agrowisata Kampung Kopi. Faktor internal yang digunakan pada penelitian ini adalah manajemen, sumberdaya manusia, keuangan, sumberdaya manusia, sarana prasarana, dan pemasaran.
- 2) Menentukan derajat kepentingan relatif setiap faktor internal (bobot). Penentuan bobot faktor internal dilakukan dengan memberikan penilaian atau pembobotan angka pada masing-masing faktor. Menurut Kinnear dan Taylor (2002), untuk menentukan nilai bobot pada faktor-faktor eksternal digunakan metode *Paired Comparison*. Penilaian bobot dilakukan dengan cara mengajukan identifikasi faktor eksternal kepada responden. Penentuan bobot setiap variabel digunakan skala 0, 1, dan 2. Skala yang digunakan untuk pengisian kolom adalah:
 - 0 = Jika indikator horizontal kurang penting daripada indikator vertikal
 - 1 = Jika indikator horizontal sama pentingnya dengan indikator vertikal
 - 2 = Jika indikator horizontal lebih penting dari indikator vertikal

Penilaian bobot berdasarkan skala 0, 1, dan 2 dimasukkan ke dalam matriks yang dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Matriks penilaian bobot faktor internal

Faktor Internal	A	B	N	Nilai (X)	Bobot
A					Xa	
B					Xb	
....					
N					Xn	
Total					$\sum X_n$	1,00

Sumber: Kinnear dan Taylor, 2002

Menurut Kinnear dan Taylor (2002), rumus penentuan bobot setiap variabel diperoleh dengan menentukan nilai setiap variabel terhadap jumlah nilai keseluruhan variabel yaitu:

$$a_i = \frac{x_i}{\sum_{t=1}^n} \dots\dots\dots(9)$$

Keterangan:

- ai = Bobot
- i = Nilai variabel ke-i
- xi = 1, 2, 3, ...n
- n = Jumlah variabel

- 3) Menghitung *Rating* untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*Outstanding*) sampai dengan 1 (*Poor*) berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi Agrowisata Kampung Kopi. Pemberian nilai *Rating* untuk faktor kekuatan bersifat positif mulai dari +1 sampai dengan +4 (sangat baik) dan faktor kelemahan bersifat kebalikannya.
- 4) Mengalikan bobot pada kolom 2 dengan *Rating* untuk memperoleh faktor pembobotan. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi.
- 5) Menjumlahkan pembobotan untuk memperoleh total skor pembobotan bagi Agrowisata Kampung Kopi. Matriks IFE dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Matriks Internal Factor Evaluation (IFE)

Faktor-Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Skor
A. Kekuatan			
1.			
2.			
3.			
B. Kelemahan			
1.			
2.			
3.			
Total (A + B)	1,00		

Sumber: Rangkuti, 2006

b. Matriks EFE

Dalam tujuan ketiga penelitian ini yaitu mengidentifikasi kondisi eksternal agrowisata. Hal yang dilakukan dalam menjawab tujuan ketiga yaitu mengidentifikasi faktor eksternal Agrowisata Kampung Kopi dengan menentukan beberapa variabel atau komponen faktor yang digunakan dalam penelitian dan menganalisis pendapatan agrowisata sebagai salah satu komponen faktor eksternal yang digunakan untuk identifikasi peluang dan ancaman agrowisata. Langkah yang dilakukan adalah mendaftarkan poin-poin faktor strategi eksternal (EFE) yang terpenting dalam kolom faktor strategis adalah sebagai berikut :

- 1) Menentukan faktor eksternal yang menjadi peluang dan ancaman agrowisata Kampung Kopi. Faktor eksternal yang digunakan pada penelitian ini adalah ekonomi, sosial, budaya dan lingkungan, politik dan hukum, iklim dan cuaca, industri, serta infrastruktur.
- 2) Menentukan derajat kepentingan relatif setiap faktor eksternal (bobot). Penentuan bobot faktor eksternal dilakukan dengan memberikan penilaian atau pembobotan angka pada masing-masing faktor. Menurut Kinneer dan Taylor (2002), untuk menentukan nilai bobot pada faktor-faktor eksternal digunakan metode *Paired Comparison*. Penilaian bobot dilakukan dengan cara mengajukan identifikasi faktor eksternal kepada responden. Penentuan bobot setiap variabel digunakan skala 0, 1, dan 2. Skala yang digunakan untuk pengisian kolom adalah:
 - 0 = Jika indikator horizontal kurang penting daripada indikator vertikal
 - 1 = Jika indikator horizontal sama pentingnya dengan indikator vertikal
 - 2 = Jika indikator horizontal lebih penting dari indikator vertikal

Penilaian bobot berdasarkan skala 0, 1, dan 2 dimasukkan ke dalam matriks yang dapat dilihat pada Tabel 10.

Tabel 10. Matriks penilaian bobot faktor eksternal

Faktor Eksternal	A	B	N	Nilai (X)	Bobot
A					Xa	
B					Xb	
....					
N					Xn	
Total					$\sum X_n$	1,00

Sumber: Kinnear dan Taylor, 2002

Menurut Kinnear dan Taylor (2002), rumus penentuan bobot setiap variabel diperoleh dengan menentukan nilai setiap variabel terhadap jumlah nilai keseluruhan variabel yaitu:

$$a_i = \frac{x_i}{\sum_{t=1}^n} \dots\dots\dots(10)$$

Keterangan:

a_i = Bobot

i = Nilai variabel ke- i

x_i = 1, 2, 3, ... n

n = Jumlah variabel

- 3) Menghitung *Rating* untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*Outstanding*) sampai dengan 1 (*Poor*) berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi Agrowisata Kampung Kopi. Pemberian nilai *Rating* untuk faktor peluang bersifat positif mulai dari +1 sampai dengan +4 (sangat baik) dan faktor ancaman bersifat kebalikannya.
- 4) Mengalikan bobot dengan *Rating* untuk memperoleh faktor pembobotan. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi.
- 5) Menjumlahkan pembobotan untuk memperoleh total skor pembobotan bagi Agrowisata Kampung Kopi. Matriks EFAS dapat dilihat pada Tabel 11.

Tabel 11. Matriks *External Factor Evaluation* (EFE)

Faktor-Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor
A. Peluang			
1.			
2.			
3.			
B. Ancaman			
1.			
2.			
3.			
Total (A + B)		1,00	

Sumber: Rangkuti, 2006

c. Matriks *Internal External* (IE)

Matriks *Internal External* (IE) merupakan pemetaan skor total IFE dan EFE yang telah dihasilkan pada tahap *input*. Matriks IE digunakan untuk mengetahui arahan strategi yang akan dilaksanakan pada suatu usaha.

Matriks IE dapat dilihat pada Gambar 2.

		4,0	3,0	2,0	1,0
Tinggi	3,0	I	II	III	
Sedang	2,0	IV	V	VI	
Rendah	1,0	VII	VIII	IX	

Gambar 2. Matriks Internal External (IE)

Sumber: Rangkuti, 2006

Sumbu vertikal pada matriks IE menunjukkan total skor IFE dan sumbu horizontal menunjukkan total skor pembobotan EFE. Skor antara 1,00 sampai 1,99 pada sumbu horizontal menunjukkan posisi internal agrowisata yang lemah, posisi 2,00 sampai 2,99 menunjukkan skor rata-rata, dan skor 3,00 sampai 4,00 menunjukkan kuatnya posisi internal agrowisata. Pada sumbu vertikal skor 1,00 sampai 1,99 menunjukkan

respon Agrowisata Kampung Kopi masih rendah terhadap peluang dan ancaman yang ada, posisi 2,00 sampai dengan 2,99 menunjukkan skor rata-rata, dan skor 3,00 sampai dengan 4,00 menunjukkan respon yang tinggi terhadap lingkungan eksternalnya.

Hasil matriks IE dapat mengidentifikasi 9 sel strategi, tetapi pada prinsipnya kesembilan sel tersebut bisa dikelompokkan menjadi tiga strategi utama, yaitu:

1. *Grow and Build* (tumbuh dan bina) berada dalam sel I, II atau IV. Strategi yang cocok adalah intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk) atau integrasi (integrasi ke belakang, integrasi ke depan, dan integrasi horizontal).
2. *Hold and Maintain* (pertahankan dan pelihara) mencakup sel III, V, atau sel VII. Strategi umum yang dipakai adalah penetrasi pasar, pengembangan produk, dan pengembangan pasar.
3. *Harvest and Divest* (panen atau divestasi) mencakup sel VI, VIII, atau IX. Strategi yang dipakai adalah diversifikasi konglomerat dan strategi likuidasi.

d. Diagram Analisis SWOT

Dalam menjawab tujuan ke tiga yaitu menyusun strategi pengembangan bagi Agrowisata Kampung Kopi dilakukan dengan metode analisis data yaitu analisis strategi pengembangan melalui analisis SWOT. Analisis ini digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan agrowisata dengan melihat kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman yang dimiliki agrowisata, langkah selanjutnya adalah menentukan strategi pengembangan agrowisata yang cocok untuk diterapkan. Faktor-faktor internal dan eksternal yang didapatkan kemudian dimasukkan ke dalam matriks SWOT. Matriks SWOT menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang terdapat pada Agrowisata Kampung Kopi. Matriks SWOT dapat menghasilkan empat

sel kemungkinan alternatif strategi, yaitu strategi kekuatan-peluang (S-O), strategi kelemahan-peluang (W-O), strategi kelemahan-ancaman (W-T), dan strategi kekuatan-ancaman (S-T). Matriks SWOT dapat dilihat pada Gambar 3.

IFE	<i>Strengths/ Kekuatan (S)</i> Tentukan 5-10 faktor yang menjadi kekuatan	<i>Weakness / Kelemahan(W)</i> Tentukan 5-10 faktor yang menjadi kelemahan
EFE		
<i>Opportunities / Kesempatan(O)</i> Tentukan 5-10 faktor yang menjadi peluang	Strategi (SO) Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi (WO) Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
<i>Threats / Ancaman(T)</i> Tentukan 5-10 faktor yang menjadi ancaman	Strategi (ST) Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi (WT) Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman

Gambar 3. Matriks SWOT
Sumber: Wheelen dan Hunger, 2004

e. *Quantitative Strategy Planning Matrix (QSPM)*

Dalam menjawab tujuan ketiga yaitu menyusun strategi pengembangan bagi Agrowisata Kampung Kopi dilakukan dengan metode analisis data yaitu analisis *Quantitative Strategy Planning Matrix (QSPM)*. Tujuan dalam metode ini adalah menentukan prioritas strategi pengembangan Agrowisata Kampung Kopi. Tahap analisis untuk tujuan ketiga ini disebut juga tahap keputusan. Strategi yang sudah terbentuk dari matriks SWOT selanjutnya disusun berdasarkan prioritas yang diimplementasikan dengan menggunakan *Quantitative Strategy Planning Matrix (QSPM)*. Menurut David (2002), langkah-langkah penggunaan QSPM di dalam proses penetapan keputusan adalah :

- 1) Membuat daftar faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) di kolom sebelah kiri matriks QSPM.

- 2) Memberi bobot untuk setiap faktor internal dan eksternal. Nilai ini harus identik dengan nilai yang diberikan pada matriks IFE dan matriks EFE.
- 3) Mengidentifikasi strategi alternatif yang diperoleh dari matriks IE dan SWOT yang layak diimplementasikan.
- 4) Menentukan nilai daya tarik/*Attractiveness Score* (AS) yang diidentifikasi sebagai angka yang menunjukkan daya tarik relatif masing-masing strategi pada suatu rangkaian alternatif tertentu. *Attractiveness Score* ditentukan dengan memeriksa masing-masing faktor internal dan eksternal satu per satu dengan mengajukan pertanyaan, “Apakah faktor ini mempengaruhi pilihan strategi yang dibuat?”. Jika jawaban dari pertanyaan tersebut adalah iya, maka strategi tersebut harus dibandingkan secara relatif dengan faktor kunci. Khususnya AS harus diberikan masing-masing strategi terhadap yang lain dengan mempertimbangkan faktor tertentu. Cakupan AS: 1 = tidak menarik, 2 = agak menarik, 3 = menarik, dan 4 = sangat menarik. Jika jawaban antar pertanyaan tersebut tidak, hal tersebut menunjukkan bahwa masing-masing faktor kunci tidak mempunyai pengaruh atas pilihan khusus yang dibuat.
- 5) Menghitung nilai Total *Attractiveness Score* (TAS) yang didefinisikan sebagai hasil mengalikan bobot (langkah b) dengan AS dimasing-masing baris (langkah d). Total *Attractiveness Score* menunjukkan daya tarik relatif dari masing-masing strategi alternatif, dengan hanya mempertimbangkan dampak dari faktor keberhasilan krisis internal dan eksternal yang berdekatan. Semakin tinggi TAS, semakin menarik strategi alternatif.
- 6) Menghitung jumlah TAS. Jumlah TAS mengungkapkan strategi paling menarik dalam rangkaian alternatif. Semakin tinggi nilainya menunjukkan semakin menarik strategi tersebut. Matriks QSPM dapat dilihat pada Tabel 12.

Tabel 12. Matriks *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM)

Faktor kunci	Bobot	Alternatif strategi					
		Strategi 1		Strategi 2		Strategi 3	
		AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
Faktor kunci internal							
Faktor kunci eksternal							
Jumlah							

Sumber : David, 2002

Penentuan *Attractiveness Score* (AS) dibantu dengan menggunakan metode *Focus Group Discussion* (FGD). Penentuan dilakukan dengan melihat dan menyelesaikan kebutuhan dan kondisi Agrowisata Kampung Kopi di Desa Rigis Jaya Kecamatan Air Hitam Kabupaten Lampung Barat.

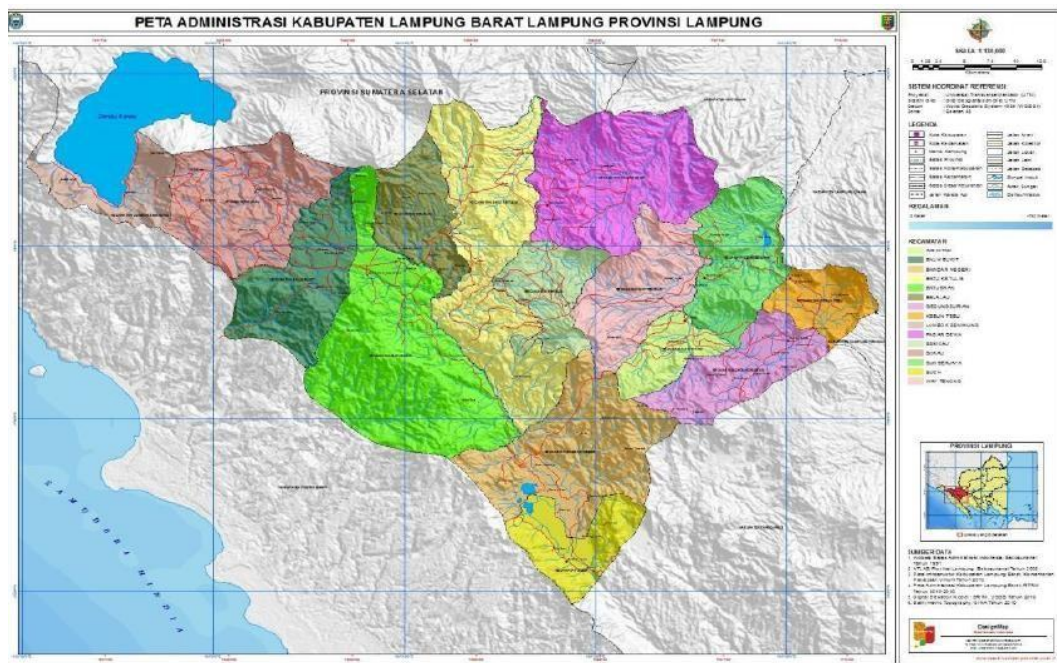
IV. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN

A. Gambaran Umum Kabupaten Lampung Barat

Kabupaten Lampung Barat merupakan salah satu Kabupaten di Provinsi Lampung yang dibentuk berdasarkan UU No. 6 Tahun 1991 tertanggal 16 Juli 1991 dan diundangkan pada tanggal 16 Agustus 1991 dengan ibukota Liwa . Lampung Barat merupakan dataran tinggi dengan ketinggian rata-rata +645meter diatas permukaan laut, terletak pada posisi 4° 47' Lintang Utara dan 5° 56' Lintang Selatan dan antara 103° 35'-104° 33' Bujur Timur. Adapun batas wilayah administratif Kabupaten Lampung Barat yaitu :

1. Sebelah utara berbatasan dengan Kabupaten Kaur (Provinsi Bengkulu) dan OKU Selatan (Provinsi Sumatera Selatan) dan Kabupaten Way Kanan (Provinsi Lampung);
2. Sebelah timur berbatasan dengan Kabupaten Lampung Utara, Lampung Tengah dan Kabupaten Tanggamus (Provinsi Lampung);
3. Sebelah selatan berbatasan dengan Selat Sunda; dan
4. Sebelah barat berbatasan dengan Samudera Hindia.

Luas wilayah Lampung Barat, adalah berupa daratan seluas 2.141,57 km² . Akhir tahun 2015 , wilayah administrasi Kabupaten Lampung Barat terdiri dari 15 wilayah kecamatan berdasarkan Undang-undang no.6 Tahun 1991 tanggal 16 juli 1991 daratan masing -masing Kecamatan, yaitu: Balik Bukit (175 ,63 km²), Sukau (223,10 km²), Lumbok Seminung (22,40 km²), Batubrak (261,55 km²), Belalau (217,93 km²), Batu Ketulis (103 ,70 km²), Suoh (170,77 km²), Bandar Negeri Suoh (170,85 km²), Pagar Dewa (110,19 km²), Sekincau (118,28 km²), Sumber Jaya (195,38 km²), Way Tenong (116,67 km²) serta Air Hitam (76,23 km²).



Gambar 4. Peta Wilayah Kabupaten Lampung Barat
Sumber : BPS Kabupaten Lampung Barat (2018)

B. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Agrowisata Kampung Kopi adalah salah satu agrowisata yang berada di Provinsi Lampung terletak di Desa Rigis Jaya Kecamatan Air Hitam Kabupaten Lampung Barat. Agrowisata Kampung Kopi didirikan dalam rangka meningkatkan perekonomian masyarakat melalui pengembangan usaha dan pemanfaatan potensi desa. Agrowisata Kampung Kopi bermula dari gagasan pemerintah daerah untuk membuat satu kawasan agrowisata berbasis edukasi. Sejak tahun 2018, pemerintah daerah Kabupaten Lampung Barat menetapkan Desa Rigis Jaya sebagai Agrowisata Kampung Kopi yang diresmikan pada tanggal 22 Juli 2018 dalam kegiatan Festival Kopi Lampung Barat. Sistem pembangunan dan pengelolaan diserahkan kepada BUMDes (Badan Usaha Milik Desa) unit usaha pariwisata. Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata) Kampung Kopi berdiri pada tanggal 21 Oktober 2018 dengan melakukan sosialisasi kepada masyarakat. Kegiatan BUMDes dan pokdarwis bergabung di *event organizer* (EO) dalam kegiatan tahunan Festival Kopi Lampung Barat. Sasaran yang ingin dicapai dari Agrowisata Kampung Kopi

yaitu terwujudnya kawasan desa wisata “Kampung Kopi” yang berlandaskan pola kampung dan budaya masyarakat setempat, mengangkat kopi robusta Lampung Barat, dan menjaga kelestarian lingkungan. Tujuan dari Agrowisata Kampung Kopi diantaranya :

1. Menghadirkan berbagai fungsi pengembangan manusia, kelembagaan, dan material.
2. Perlindungan sumber daya dan ekosistem perkebunan kopi.
3. Pelestarian kehidupan sosial dan budaya masyarakat lokal.
4. Pengembangan pariwisata di sekitar perkebunan kopi.
5. Mendorong kewirausahaan masyarakat setempat (Agrowisata Kampung Kopi, 2020).

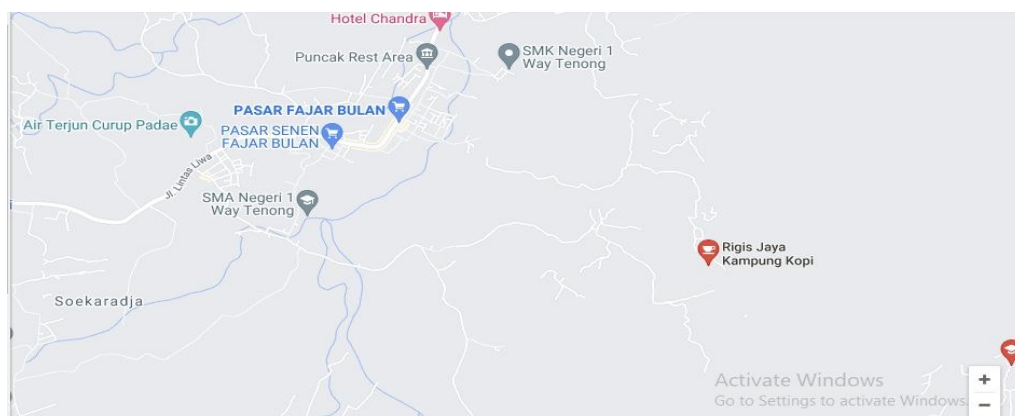
Agrowisata Kampung Kopi merupakan sebuah tempat yang menawarkan pemandangan kebun kopi dari perbukitan yang cukup luas dengan suasana perkampungan yang asri dan alami. Agrowisata Kampung Kopi juga menawarkan pembelajaran bagi pengunjung yang ingin tentang proses budidaya kopi, pelatihan *roasting* kopi, dan menyediakan fasilitas *gatering workshop*, atau tempat berkumpul bersama rekan dan keluarga yang ingin berkunjung. Pengelola Agrowisata Kampung Kopi memberikan tarif biaya masuk sebesar Rp5.000 per orang sebagai harga karcis untuk sekali masuk dan sudah termasuk biaya parkir kendaraan. Fasilitas yang terdapat di Agrowisata Kampung Kopi yaitu area parkir, *spot* untuk berfoto, anjungan untuk tempat berkumpul, wahana bermain anak-anak, dan kedai kopi. Total kunjungan wisata di Agrowisata Kampung Kopi pada tahun 2019 mencapai 10.037 orang berdasarkan Laporan Pertanggungjawaban Kepengurusan Pengelola Agrowisata Kampung Kopi sebelum di ketuai oleh Mas Rochim kepada BUMDes (Badan Usaha Milik Desa) di Desa Rigis Jaya.

Pencapaian yang telah diperoleh Agrowisata Kampung Kopi yaitu menjadi satu-satunya desa di Provinsi Lampung yang masuk ke dalam 50 Desa Wisata terbaik versi Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI) 2021 dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) RI pada 9 September 2021. Anugerah Desa Wisata Indonesia merupakan ajang pemverian penghargaan kepada desa-desa wisata yang memiliki prestasi

dengan kriteria-kriteria penilaian dari Kemenparekraf. Event ini bertujuan menjadikan desa wisata Indonesia sebagai destinasi pariwisata berkelas dunia dan berdaya saing tinggi. Agrowisata Kampung Kopi mendapatkan predikat juara III sebagai Desa Wisata Rintisan.

C. Akseibilitas

Akseibilitas merupakan keseluruhan infrastruktur transportasi yang menghubungkan wisatawan untuk menuju ke lokasi tempat wisata. Untuk menuju ke Agrowisata Kampung Kopi dapat dilewati menggunakan kendaraan mobil ataupun motor. Tempat ini berlokasi di Desa Rigis Jaya, Kecamatan Air Hitam, Kabupaten Lampung Barat. Jarak yang berjarak ± 55 km dari ibukota Liwa, Kabupaten Lampung Barat. Jarak yang ditempuh dari Jl. Lintas Liwa untuk memasuki wilayah Desa Rigis Jaya, Kecamatan Air Hitam sekitar 4 km dengan kondisi jalan yang beraspal, memasuki Desa Rigis Jaya kondisi jalannya aspal berlubang, dan ketika mendekati lokasi Agrowisata Kampung Kopi kondisi jalannya dapat dikatakan kurang baik karena masih banyak jalan yang belum di aspal dan memiliki kondisi jalan yang kurang baik. Jarak yang ditempuh bagi wisatawan yang berasal dari Kota Bandar Lampung untuk menuju ke lokasi Agrowisata Kampung Kopi sekitar 172 km dengan waktu perjalanan ± 5 jam. Rute perjalanan yang dapat ditempuh untuk menuju ke lokasi Agrowisata Kampung Kopi dari Jl. Lintas Liwa khususnya Pasar Fajar Bulan dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 5. Rute perjalanan menuju Agrowisata Kampung Kopi
Sumber : Google Maps (2022).

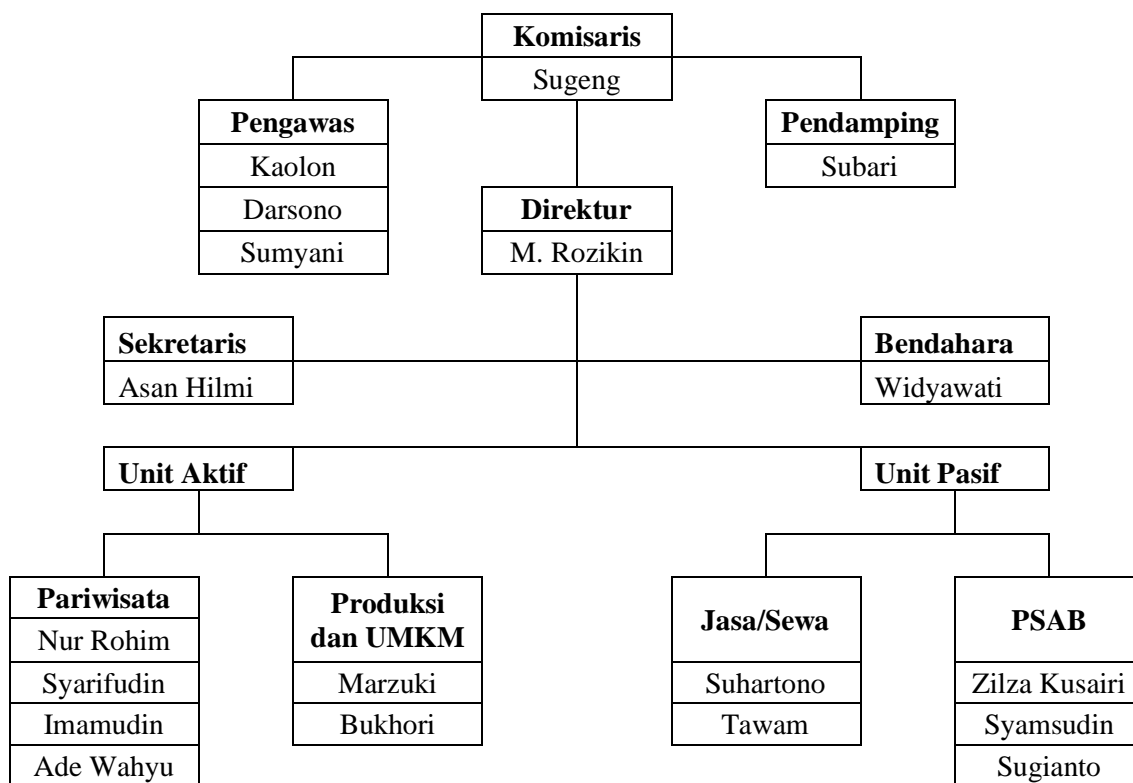
D. BUMDes Maju Bersama Rigis Jaya

Secara umum, pengelolaan Agrowisata Kampung Kopi berada di bawah kewenangan BUMDes (Badan Usaha Milik Desa) Rigis Jaya dan Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata) Kampung Kopi. Berdasarkan Undang-Undang No. 6 Tahun 2014 tentang Desa, Desa Rigis Jaya membentuk BUMDes dengan nama “BUMDes Maju Bersama” yang berdiri pada tanggal 15 Januari 2017. Visi dari BUMDes Maju Bersama yaitu “Meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan mewujudkan desa mandiri dengan mendayagunakan sumberdaya lokal”. Misi dari BUMDes Maju Bersama diantaranya :

1. Mengembangkan kegiatan perekonomian yang sudah berjalan dan menggali potensi yang ada dan memanfaatkan sesuai dengan kebutuhan masyarakat desa.
2. Meningkatkan pendapatan asli desa untuk membantu membangun dan melayani masyarakat.
3. Memperluas jaringan kerja dengan cara bermitra kepada pemerintahan ataupun swasta.
4. Meningkatkan kreatifitas pemuda dan masyarakat desa berbasis pemberdayaan.
5. Mengedukasi masyarakat tentang pentingnya sadar wisata.
6. Menjadikan Desa Rigis Jaya indah ramah dan kenangan.
7. Membangun kelembagaan BUMDes yang mandiri, menguntungkan (*profit oriented*) dan bermanfaat bagi masyarakat desa (*benefit income*).

Berdasarkan visi dan misi dari “BUMDes Maju Bersama”, maka dibentuk beberapa badan unit usaha sebagai wadah bagi masyarakat Desa Rigis Jaya, agar terwujudnya desa yang mandiri dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat diantaranya Unit Usaha Pariwisata, Unit Usaha Produksi dan UMKM, Unit Usaha Jasa/Sewa, dan Unit Usaha PSAB (Penyaluran Air Bersih). Dari masing-masing unit usaha, terdapat seseorang yang bertanggungjawab dalam menyusun gambaran, pengaturan dan pengklasifikasian tugas, serta wewenang personal bagi setiap seksi berdasarkan kebutuhan dari masing-masing unit usaha, maka dibentuk struktur organisasi

agar proses perencanaan dapat dijalankan secara terstruktur dan memiliki koordinasi yang baik. Struktur Organisasi BUMDes Maju Bersama dapat dilihat pada Gambar 5.



Gambar 6. Struktur organisasi BUMDes Maju Bersama
Sumber : Agrowisata Kampung Kopi, 2020

Unit usaha yang ada di BUMDes Maju Bersama Desa Rigis Jaya terbagi menjadi 4 (empat) diantaranya :

1. Unit pariwisata yang menyajikan wisata edukasi dengan suasana kampung yang asri dan alami dengan fasilitas *gatering workshop* atau sekedar kumpul bersama dengan keluarga.
2. Unit produksi dan UMKM yang menyajikan proses pengolahan produk unggulan kopi bubuk Lampung Barat dan pengolahan rempah-rempah menjadi jamu tradisional atau minuman instan. UMKM yang ada di BUMDes Maju Bersama juga menyediakan beberapa unit warung di dalam Agrowisata Kampung Kopi untuk dikelola oleh masyarakat dengan sistem bagi hasil.
3. Unit usaha jasa atau sewa yang menyediakan layanan masyarakat yang ingin mengadakan suatu acara. Bentuk jasa atau sewa yang disediakan oleh

BUMDes Maju Bersama berupa penyewaan fasilitas bermain anak-anak di Agrowisata Kampung Kopi, soundsystem, kursi, dan tenda.

4. Unit Penyaluran Sarana Air Bersih (PSAB) yang membantu menyalurkan air bersih kepada masyarakat.

Setiap unit usaha memiliki struktur keanggota masing-masing yang terdiri dari ketua, bendahara dan sekretaris. Unit pariwisata memiliki struktur keanggotaan yang terdiri dari :

1. Ketua Umum : Nur Rohim
Wakil Ketua : Syarifuddin

Fungsi :

- a. Merupakan pemegang kekuasaan tertinggi.
- b. Merumuskan kebijakan untuk pengembangan agrowisata.
- c. Mengkoordinasikan kegiatan dan pengembangan agrowisata.
- d. Bertanggung jawab terhadap seluruh Keputusan Musyawarah dan melaksanakan program kerja dan pengembangan agrowisata sebaik-baiknya dengan seluruh jajaran pengurus.
- e. Melaksanakan tugas dan tanggung jawab lain yang dipandang perlu menurut kepentingan dan perkembangan agrowisata.

2. Sekretaris Umum : Imamudin

Fungsi :

- a. Melakukan pengelolaan administrasi kesekretariatan, korespondensi dan kearsipan.
- b. Melakukan pengelolaan inventaris agrowisata serta pengadaan kebutuhan kesekretariatan.
- c. Mengkoordinasikan kegiatan antar pengurus dengan pengurus, pengurus dengan pihak luar.
- d. Membuat laporan periodik kegiatan agrowisata.
- e. Mempersiapkan dan mengkoordinasikan kepanitiaan dan persiapan teknis lainnya untuk kegiatan agrowisata.
- f. Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh Ketua Umum sesuai dengan kepentingan dan perkembangan agrowisata.

3. Bendahara Umum : Ade Wahyu

Fungsi :

- a. Melaksanakan tata pembukuan penerimaan, pengeluaran dan pembayaran keuangan agrowisata.
- b. Melakukan pengadaan kebutuhan barang agrowisata.
- c. Menyusun rencana anggaran dan TOR.
- d. Membuat laporan periodik keuangan agrowisata.
- e. Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh Ketua Umum dan berkoordinasi langsung dengan Sekretaris Umum.

E. Kondisi Geografi

Lokasi Agrowisata Kampung Kopi Robusta Desa Rigin Jaya terletak di Kecamatan Air Hitam yang berjarak \pm 55 km dari Liwa, ibukota Kabupaten Lampung Barat dengan ketinggian tanah dari permukaan laut sekitar 700-1.000 mm. Luas kecamatan lebih kurang 7.624,40 hektar dengan batas wilayah sebagai berikut :

1. Sebelah utara berbatasan dengan Kecamatan Way Tenong.
2. Sebelah selatan berbatasan dengan Kecamatan Gedung Surian.
3. Sebelah timur berbatasan dengan Kecamatan Way Tenong.
4. Sebelah barat berbatasan dengan Kecamatan Sekincau.

Di sekitar lokasi Agrowisata Kampung Kopi terdapat beberapa tempat wisata yang bisa menjadi pilihan bagi para wisatawan, diantaranya :

1. Wisata Pinusan

Spot kekinian yang *instagramable* ini menawarkan objek foto yang berada di bawah pohon pinus. Lokasi wisata pinusan berada di dekat pintu masuk Kabupaten Lampung Barat. Beberapa fasilitas seperti pondokan, kolam, jembatan, payung hias, dan beberapa *spot* untuk berfoto.

2. Temiangan Hill

Gunung Temiangan di Desa Sinarjaya, Kecamatan Air Hitam memiliki potensi wisata bak negeri di atas awan. Dari atas Gunung Temiangan,

wisatawan disajikan pemandangan hijaunya hutan yang diselimuti awan putih dengan suhu yang dingin.

3. Arung Jeram Tirta Jaya

Jalur Arum Jeram Tirta Jaya berawal dari Desa Sukajaya dan *finish* di Desa Sukananti Kecamatan Sumber Jaya. Jarak yang ditempuh ± 7 km dengan waktu tempuh untuk *rafting* sekitar 2,5 jam. Wisatawan akan menikmati arus aliran sungai Way Besai yang memiliki kategori lintasan *Grade III* sepanjang 3 km.

F. Jumlah Penduduk

Desa Rigis Jaya merupakan tempat untuk menjadi destinasi wisata yang berpenghuni. Jumlah penduduk yang ada di Desa Rigis Jaya adalah 746 orang dengan jumlah kepala keluarga 204 KK yang terbagi menjadi empat desa/pemangku yang dapat dilihat pada Tabel 13.

Tabel 13. Jumlah penduduk Desa Rigis Jaya

No.	Pemangku	Jumlah KK	Jumlah Penduduk (orang)		
			Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
1	Atar Obar	65	116	110	226
2	Wana Jaya	58	125	99	224
3	Buluh Kapur	39	93	62	155
4	Rejosari	42	69	72	141
Jumlah		204	403	343	746

Sumber : Data Primer, 2021 (diolah)

Jumlah penduduk tertinggi berada di Pemangku Atar Obar sebesar 226 orang dengan jumlah kepala keluarga sebanyak 65 KK. Untuk lokasi Agrowisata Kampung Kopi terdapat di Pemangku Rejosari dengan jumlah penduduk sebesar 141 orang dengan jumlah kepala keluarga sebanyak 42 KK (Agrowisata Kampung Kopi, 2020).

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Pendapatan yang diperoleh Agrowisata Kampung Kopi di Desa Rigis 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.
2. 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.
3. 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.

B. Saran

Berdasarkan hasil dan pembahasan penulis memberikan saran sebagai berikut :

1. Pengelola Agrowisata Kampung Kopi harus memperbaiki manajemen keuangan yang lebih detail, karena masih ada pemasukan yang belum tercatat oleh pengelola Agrowisata Kampung Kopi, hal ini dilakukan agar Agrowisata Kampung Kopi menghitung pendapatan dengan mudah.
2. Mengajak masyarakat sekitar untuk lebih berpartisipasi dalam keterlibatan membantu mengembangkan dan menjaga keindahan lingkungan Agrowisata Kampung Kopi, serta membuka sudut pandang terhadap rencana ke depan terhadap Agrowisata Kampung Kopi yang akan lebih mensejahterakan masyarakat Desa Rigin Jaya, jika rencana pengembangan Agrowisata Kampung Kopi sudah berjalan.
3. Promosi secara efektif perlu dilakukan untuk memperkenalkan keberadaan Agrowisata Kampung Kopi, sehingga memperoleh jangkauan yang lebih luas karena akan berdampak kepada jumlah pengunjung yang akan datang ke Agrowisata Kampung Kopi. Beberapa cara yang dapat dilakukan oleh pengelola Agrowisata Kampung Kopi untuk pengembangan pariwisata : (a) rutin membuat konten, (b) menggunakan *influencer*, (c) memanfaatkan fitur iklan di sosial media, (d) mengumpulkan testimony pengunjung.
4. Mengadakan kembali kegiatan tahunan Festival Kopi Lampung Barat dan mengikuti berbagai *event* yang berkaitan dengan desa wisata.
5. Berdasarkan hasil persepsi masyarakat perlu adanya penambahan dan perbaikan fasilitas yang ada di Agrowisata Kampung Kopi, guna meningkatkan kenyamanan para pengunjung dan lebih memperindah lingkungan Agrowisata Kampung Kopi.

DAFTAR PUSTAKA

- Adnyani N. D., Sukerti N. W., dan Masdarani L. 2015. Strategi Pengembangan Agrowisata Salak di Desa Sibetan Kabupaten Karangasem. *E-Journal Bosaparis Universitas Pendidikan Ganesha Vol 3. No. 1 : 1-10*. Diakses pada 31 Maret 2021.
- Agrowisata Kampung Kopi. 2020. *Kondisi Umum Agrowisata Kampung Kopi*. Lampung.
- Bachtiar A.R., Windia W., Astuti N.W.S. 2016. Persepsi Masyarakat dan Strategi Pengembangan Agrowisata Salak di Desa Sibetan Kecamatan Bebandem Kabupaten Karangasem Bali. *Jurnal Manajemen Agribisnis Volume 4 No 1. : 26-36*. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/agribisnis/article/view/21739>. Diakses pada 31 Maret 2021.
- Badan Pusat Statistik. 2010. *Data Statistik Indonesia : Jumlah Penduduk menurut Kelompok Umur, Jenis Kelamin, Provinsi, dan Kabupaten/Kota, 2005*. <http://demografi.bgs.go.id/>. Diakses pada 31 Maret 2021.
- Bahur A., Vipriyanti N.U., dan Lestari P.F.K. 2020. Strategi Pengembangan Agrowisata Bali Kopi Mekar di Desa Gulingan Kecamatan Mengwi Kabupaten Badung. *Jurnal Program Studi Agribisnis Volume 10 No 19. : 49-51*. <http://ejournal.unmas.ac.id/index.php/agrimeta/article/view/793/726>. Diakses pada 31 Maret 2021.
- Bastian J. 2015. Analisis Pendapatan dan Keuntungan Usaha pada Industri Bubuk Kopi Tradisional Aceh di Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat. *Skripsi*. <http://repository.utu.ac.id/20/>. Diakses pada 31 Maret 2021.
- Bria A., Sa'diyah A.A., dan Nugroho A.P. 2020. Strategi Pengembangan Usaha Strawberry di Agrowisata Petik Strawberry. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Volume 16 No 3 : 226-238*. <https://journal.unhas.ac.id/index.php/jsep/article/view/12171>. Diakses pada 31 Maret 2021.
- David, F. R. 2002. *Manajemen Strategi*. Salemba Empat. Jakarta.

- David, F. R. 2011. *Strategic Management: Concepts and Cases 13th ed.* Prentice Hall. New Jersey (US).
- Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Lampung Barat. 2017. *Daftar Kawasan Ekowisata Kabupaten Lampung Barat 2017-2022.* <https://www.lampungbaratkab.go.id>. Diakses pada 31 Maret 2021.
- Dinas Pariwisata Provinsi Lampung. 2018. *Jumlah Objek Wisata Provinsi Lampung.* Bandar Lampung.
- Departemen Pertanian. 2003. *Membangun Pilar Wisata Agro Indonesia.* <http://database.deptan.go.id/agrowisata/viewfitur>. Diakses pada 29 Juni 2020.
- Departemen Pertanian. 2004. *Strategi Pengembangan Wisata Agro di Indonesia.* <http://database.deptan.go.id/agrowisata/viewfitur.asp?id=1>. Diakses pada 5 Mei 2020.
- Departemen Pertanian. 2008. *Strategi Pengembangan Wisata Agro di Indonesia.* <http://database.deptan.go.id/agrowisata>. Diakses pada 29 Juni 2020.
- Gustiyan, H. 2004. *Analisis Pendapatan Usahatani untuk Produk Pertanian.* Salemba Empat. Jakarta.
- Fauziyah F., Ferichani M., dan Adi R.K. 2016. Strategi Pengembangan Agrowisata Kampung Coklat di Kabupaten Blitar. *Skripsi.* <https://digilib.uns.ac.id/dokumen/detail/56632/Strategi-Pengembangan-Agrowisata-Kampung-Coklat-di-Kabupaten-Blitar>. Diakses pada 31 Maret 2021.
- Harahap, R. 2000. Evaluasi Sirkulasi Pengunjung Kawasan Agrowisata Taman Buah Mekarsari Cileungsi Bogor. *Skripsi.* Jurusan Budidaya Pertanian. Fakultas Pertanian. IPB. Bogor.
- Ismayanti. 2010. *Pengantar Pariwisata.* Grasindo. Jakarta.
- Kartono dan Gulo. 1987. *Kamus Psikologi.* Pionir Jaya. Bandung.
- Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia, “World Tourism Organization (UNWTO)”. <http://www.kemlu.go.id/id/kebijakan/kerjasamamultilateral/Pages/World-Tourism-Organization.aspx>. Diakses pada 31 Maret 2021
- Kementerian Pariwisata. 2018. *Statistik Profil Wisatawan Nusantara 2018.* <https://www.kemenparekraf.go.id/>. Diakses pada 1 Juni 2020.
- Kinney, T. C., dan J. R. Taylor. 2002. *Riset Pemasaran: Pendekatan Terpadu, Jilid 1, Terjemahan oleh Yohanes Lamarto.* Erlangga. Jakarta.

- Kurniasanti S.A. 2019. Analisis Strategi Pengembangan Agrowisata Kampung Petani Jeruk Siam di Kecamatan Bangorejo Banyuwangi. *Jurnal Program Studi Agribisnis* Volume 3 No 1 : 65-76. [https://jurnal.unej.ac.id/13904-854-29156-1-10-20190924%20\(7\).pdf](https://jurnal.unej.ac.id/13904-854-29156-1-10-20190924%20(7).pdf). Diakses pada 31 Maret 2021.
- Mantra, I. B. 2004. *Demografi Umum*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Nicholson, Walter. 1995. *Teori Ekonomi Mikro Prinsip Dasar dan Pengembangannya*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Noviansah, M. R., A. Arida, dan T. Fauzi. 2019. Analisis Pendapatan Usaha Pengolahan Kopi Bubuk Di Kota Banda Aceh (Studi Kasus Pada Usaha Kopi Bubuk Solong Kopi). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian Unsyiah*, 4 (4) : 1-10. <http://jim.unsyiah.ac.id/JFP/article/view/11823>. Diakses pada 29 Juni 2020.
- Pupe, F. 2018. Persepsi Masyarakat Terhadap Potensi Obyek Wisata Puncak Ahuawali di Desa Ahuawali Kecamatan Puriala Kabupaten Konawe. *Jurnal Penelitian Pendidikan Geografi* Volume 3 No. 4 : 84-96. <http://ojs.uho.ac.id/index.php/ppg/article/view/4826/3627>. Diakses pada 31 Maret 2021
- Rahim dan Hastuti. 2008. *Pengantar, Teori dan Kasus Ekonomika Pertanian. Penebar Swadaya*. Jakarta.
- Rangkuti, F. 2006. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Sagara, A. A. 2012. *Kementerian Pariwisata Raih Ranking 4 Penerimaan Devisa Negara*. <http://suarajakarta.com/2012/08/25/kementerian-pariwisata-raihranking-4-penerimaan-devisa-negara>. Diakses pada 5 Mei 2020.
- Setyadi, M. 2010. Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Perkampungan Budaya Betawi Kecamatan Jagakarsa Jakarta Selatan. *Skripsi*. <http://repository.ipb.ac.id/jspui/bitstream/123456789/60467/1/H10mse2.pdf>. Diakses pada 29 Juni 2020.
- Sakti, G. 2019. *Pariwisata Diproyeksikan Jadi Penyumbang Devisa Terbesar Lima Tahun ke Depan*. <http://www.kememparekraf.go.id/>. Diakses pada 5 Mei 2020.
- Soekartawi. 1995. *Analisis Usaha Tani*. UI-Press. Jakarta.
- Solihin, I. 2011. *Manajemen Strategik*. Erlangga. Jakarta.
- Sugeng. 2004. Segar Sejenak di Kawasan Agrowisata. *Majalah Hortikultura*, 2 (8): 17-18. <https://text-id.123dok.com/>. Diakses pada 31 Maret 2021.
- Sugiyono. 2003. *Metode Penelitian*. Alfabeta. Bandung.

- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT Alfabet. Bandung.
- Surat Keputusan Bersama Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi, dan Menteri Pertanian No. KM.47/PW.DOW/MPPT-89 dan Nomor 204/KPTS/HK/0504/1989.
- Suwantoro, G. 2004. *Dasar-Dasar Pariwisata*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Tiga M.R.M., Putri E.I.K., dan Ekayani M. 2019. Persepsi Masyarakat Desa Katikuwai dan Desa Praing Kareha Terhadap Pengembangan Ekowisata di Taman Nasional Matalawa, NTT. *Jurnal Sosiologi Pedesaan* Volume 3 No 1 : hal 34 – 40.
<https://ejournal.undip.ac.id/index.php/ilmulingkungan/article/view/19454>.
 Diakses pada 31 Maret 2021.
- Tirtawinata, M. R. dan L. Fachruddin. 1999. *Daya Tarik dan Pengelolaan Agrowisata*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Umar, 2003. *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka. Jakarta.
- Umar, H. 2008. *Strategic Management In Action*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Undang-Undang Kepariwisataan 2009. Undang-Undang No 10. Tahun 2009 tentang Pembangunan Pariwisata. Pustaka Yudistia. Yogyakarta.
- Undang-Undang Kepariwisataan 2010. Undang Undang No 10. Tahun 2009 tentang kepariwisataan. Pustaka Yudistia. Yogyakarta.
- Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 Tentang Desa, Lembaran Negara
- Walgito, Bimo. 2010. *Pengantar Psikologi Umum*. Andi. Yogyakarta.
- Wheelen dan Hunger. 2004. *Strategic Management And Business Policy*, Pearson Prentice Hall. New Jersey.
- Windiarti, D. 1993. *Dampak Pengembangan Pariwisata Terhadap Kehidupan Sosial di Daerah Timor-Timur*. Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Direktorat Jendral Kebudayaan. Jakarta.
- World Tourism Organization (WTO). 2004. *Pembangunan Pariwisata*.
<http://pembangunan-periwisata.html>,15/0/2009. Diakses pada 31 Maret 2021