

## Model Pengembangan Agrowisata Berbasis Kopi Sebagai Daya Tarik Wisata Desa Wisata Colo Kudus

**Mahadika Pradipta Himawan**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Indonesia (STIEPARI) Semarang

**Haniek Listyorini**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Indonesia (STIEPARI) Semarang

**Trenggono Trenggono**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Indonesia (STIEPARI) Semarang

**Dyan Triana Putra**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Indonesia (STIEPARI) Semarang

**Julian Andriani Putri**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Indonesia (STIEPARI) Semarang

*Korespondensi penulis: [dyan.stiepari@gmail.com](mailto:dyan.stiepari@gmail.com)*

**Abstract.** This research was conducted in the Colo Kudus Tourism Village, Central Java, which aims to understand and analyze the coffee-based agro-tourism development model as a tourist attraction in the Colo Kudus Tourism Village. And analyze what obstacles are experienced by the Colo Kudus Tourism Village Agrotourism. The data of this study were obtained through observation and interviews, the informants used in the study were 5 respondents. The results of the study are expected to provide useful information for coffee activists, the Colo Coffee community. The data obtained were processed using descriptive qualitative. Qualitative analysis uses data analysis, namely data collection, data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The results showed that Arowisata Colo Tourism Village has a strategy model such as Coffee Education Tourism, training for farmers.

**Keywords:** Agrotourism, Tourist Attraction, Tourism Village

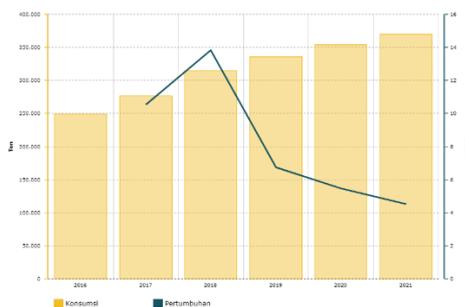
**Abstrak.** Penelitian ini dilakukan di Desa Wisata Colo Kudus Jawa Tengah yang bertujuan untuk memahami menganalisis model pengembangan Agrowisata berbasis kopi sebagai Daya Tarik Wisata Desa Wisata Colo Kudus. Serta menganalisis hambatan apa saja yang dialami oleh Agrowisata Desa Wisata Colo Kudus. Data penelitian ini diperoleh melalui observasi dan wawancara, informan yang digunakan dalam penelitian sebanyak 5 responden. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan informasi yang berguna bagi pihak penggiat kopi, komunitas kopi Colo. Data yang diperoleh diolah dengan menggunakan kualitatif deskriptif. Analisis Kualitatif menggunakan analisis data, yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Arowisata Desa Wisata Colo memiliki model strategi seperti Wisata Edukasi Kopi, Pelatihan kepada para petani.

**Kata kunci:** Agrowisata, Daya Tarik Wisata, Desa Wisata

## LATAR BELAKANG

Indonesia memiliki peluang dalam pengembangan industri pengolahan kopi, karena selain punya pasar yang besar, juga didukung dengan potensi bahan baku. Oleh karena itu, diperlukan upaya strategis, seperti hilirisasi dalam rangka meningkatkan nilai tambah dan peningkatan kapasitas produksi. Menurut Direktur Jenderal Industri Agro Kementerian Perindustrian, Abdul Rochim, Indonesia adalah negara produsen biji kopi terbesar keempat di dunia setelah Brasil, Vietnam dan Kolombia dengan produksi rata-rata sekitar 700 ribu ton per tahun atau sekitar 9% dari produksi kopi dunia. Maka itu, biji kopi yang diolah di dalam negeri terus kami pacu.

Saat ini Indonesia menduduki peringkat ke 3 sebagai negara pengeksport kopi terbesar di dunia setelah negara Brazil dan Vietnam (Rukmana, 2014). Komoditas kopi di Indonesia menjadi salah satu komoditas yang memiliki peluang untuk terus dikembangkan sebagai produk ekspor andalan. Peluang ekspor tersebut didasari karena konsumsi kopi yang semakin meningkat tiap tahunnya terutama di negara-negara pengonsumsi kopi seperti Jepang, Uni Eropa, dan Amerika Serikat.

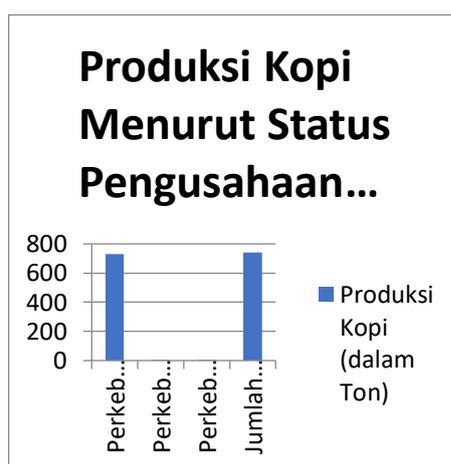


Gambar 1.1 Konsumsi Kopi Nasional Tahun 2016-2021

Sumber. Kementerian Pertanian, 2018

Berdasarkan Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Kementerian Pertanian konsumsi kopi nasional (Pertanian, 2018) pada 2016 mencapai sekitar 250 ribu ton dan tumbuh 10,54% menjadi 276 ribu ton. Konsumsi kopi Indonesia sepanjang periode 2016-2021 diprediksi tumbuh rata-rata 8,22%/tahun. Pada 2021, pasokan kopi diprediksi mencapai 795 ribu ton dengan konsumsi 370 ribu ton, sehingga terjadi surplus 425 ribu ton. Meningkatnya konsumsi kopi dalam negeri berpeluang dalam upaya peningkatan

kesejahteraan petani. Peluang tersebut di dukung dengan potensi sumber daya lahan perkebunan kopi seluas 1,3 juta hektar yang menopang sekitar 5 juta keluarga petani dan sebagai pendorong agribisnis. Keberhasilan agribisnis kopi membutuhkan dukungan semua pihak yang terkait dalam proses produksi kopi mulai dari penyediaan benih unggul hingga pengolahan dan pemasaran komoditas kopi. Upaya meningkatkan produktivitas dan mutu kopi terus dilakukan sehingga daya saing kopi di Indonesia dapat bersaing di pasar dunia. Komoditas kopi tersebar di berbagai wilayah dari Sabang sampai Merauke. Sebagian perkebunan kopi tersebut adalah perkebunan rakyat milik petani dan sisanya milik pemerintah dan swasta (BPS, 2019).



Gambar 2.1 Produksi Kopi Menurut Status Pengusahaan Tahun 2019

Sumber. Badan Pusat Statistik, 2019

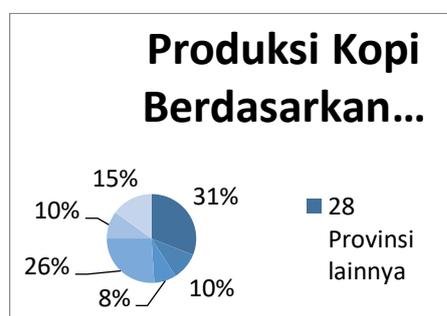
Sebagian besar kopi Indonesia merupakan jenis robusta dengan proporsi sebesar 81.96% dengan luasan lahan rata-rata sebesar 1.04 juta hektar pada tahun 2017. Sebagian besar kopi tersebut diekspor ke berbagai negara di dunia. Amerika dan Jepang merupakan pengimpor kopi Indonesia terbesar, dimana masing-masing memiliki pangsa impor sebesar 16.24% dan 8.64% (Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian, 2017).

Di Bangka Belitung sudah merupakan budaya yang mengakar sejak jaman dahulu. Bangka Belitung terkenal sangat piawai dengan baristanya dalam meracik berbagai formulasi kopi. Berbagai outlet kopi menjamur seakan tak bisa dibendung mulai dari warung/kedai kopi hingga cafe-cafe kopi modern, yang saat ini sudah menjadi bagian dari gaya hidup khususnya kaum milenial. Seperti halnya beberapa kedai kopi legendaris yang terdapat di Bangka Belitung antara lain, Tung Tau, Kopi Tiam, Ake, Kong Djie dan masih

banyak lagi yang lainnya. Bahkan Kota Manggar, di Belitung Timur yang terkenal dengan 1001 warung kopi, karena hampir di sepanjang jalan dan sudut-sudut kota selalu dijumpai warung-warung kopi.

Oleh karena itu pengembangan kopi perlu didukung dengan ketersediaan benih unggul yang berkualitas sehingga benih menjadi penentu keberhasilan dalam pembangunan pertanian berkelanjutan “Inovasi perbenihan kunci pembangunan pertanian berkelanjutan dan berdampak paling besar untuk keberhasilan Benih unggul menjadi salah satu sarana produksi untuk meningkatkan produksi, mutu dan standar kualitas produk tanaman pangan dan hortikultura. Benih juga dapat mewujudkan Indonesia sebagai lumbung pangan dunia pada 2045.

Menurut Agung Wahyu Susilo, Direktur Pusat Penelitian Kopi dan Kakao Jember, dalam webinar Mongabay Indonesia dengan Yayasan KEHATI bertajuk “Kopi Indonesia untuk Dunia” Bahkan bisa disebut, Indonesia adalah surganya kopi dunia. Indonesia punya banyak varietas kopi terbaik berdasarkan data geografis. Semua kopi spesial di Indonesia ditanam dekat gunung api. Jenis kopi yang saat ini berkembang di Indonesia dan harganya sangat ekonomis karena rasanya yang khas adalah arabika, robusta, dan liberika. Di Indonesia daerah pengembangan kopi berada pada ketinggian 20 – 1.600 meter dari permukaan laut, tersebar di Sumatera, Jawa, Bali, Sulawesi, Kalimantan, dan Papua.



Gambar 3.1 Produksi Kopi Berdasarkan Provinsi

Sumber. Badan Pusat Statistik, 2019

Robertus Tri Hastoaji, Sustainable Manager PT. LDC Trading Indonesia menyebutkan, di Indonesia sebagian besar kebun kopi itu milik masyarakat atau

perkebunan rakyat. Sangat sedikit milik perusahaan. Hal ini yang menyebabkan banyak melibatkan masyarakat, khususnya petani. Industri kopi, saat ini memandang, perkebunan berkelanjutan adalah persyaratan pertama untuk melakukan bisnis, dan ketelusuran produk adalah syarat kedua. Bagaimana kopi ini berkelanjutan dan lestari serta tidak merusak lingkungan, itu sangat penting. Saat ini, para konsumen di luar negeri mulai mempertanyakan asal kopi yang mereka beli. Mereka ingin memastikan, kopi tersebut tidak mengancam kelestarian lingkungan, tidak banyak menggunakan pupuk kimia, serta adanya peningkatan kesejahteraan petani. Menurut Asosiasi Kopi Indonesia tingginya konsumsi kopi di Indonesia, mendorong hadirnya banyak kafe dan minuman kopi. dari cafe kekinian dan racikan kopi hits yang menarik. Indonesia sebagai negara penghasil kopi, memiliki ragam kopi dari berbagai wilayah. Salah satunya yang paling populer dari Aceh, Sumatera, Toraja, hingga Jawa. Pertumbuhan kopi yang pesat ini, membuka pasar kopi yang luas, besar dan menjajikan di Indonesia.

Dahulu orang Indonesia hanya mencoba kopi yang rasanya asam atau pahit mereka cenderung akan tidak suka, tetapi kini orang Indonesia lebih mengerti tentang kopi, ketika mereka tidak mendapatkan rasa asam dan/atau pahit mereka akan cenderung complain. Dahulu sebelum jaringan Kopi Internasional datang ke Indonesia persebaran kopi masihlah terbatas. Kopi biasanya hanya tersedia di hotel saja. Tapi dengan datangnya beberapa kedai Kopi Internasional, mereka mengenalkan ragam kopi dan konsep Coffee Shop yang membuat orang Indonesia lebih tertarik dan mengerti tentang kopi. Setelah itu mulai tumbuh berbagai Coffee Shop di Indonesia, membuka pasar yang luas untuk penikmat seta penggemar kopi lokal.

Kemudian pada akhirnya beberapa akhir ini muncul trend meminum kopi, dari kalangan muda hingga tua mulai mengkonsumsi kopi, dengan adanya trend yang luas tanpa ada batasan usia sehingga beberapa orang mulai berlomba- lomba mebuat Coffee Shop. Membuat brand kopi mereka sendiri dengan cara merangkul beberapa petani kopi, lalu mengolah biji kopi dengan cara menyangrai dengan cara tradisional lalu mereka membuat brand kopi mereka sendiri dengan identitas kopi lokal daerah masing-masing.

Desa Wisata Colo Muria Kudus adalah Desa Wisata yang terkenal akan Wisata Religinya akan tetapi dengan keterbatasan kunjungan pada Wisata Religi dikarenakan Wisata Religi biasanya akan ramai pada bulan-bulan tertentu sehingga beberapa

masyarakat membuat suatu ide dengan sumber daya alam yg ada disana dan menjadikannya peluang bisnis sekaligus Daya Tarik Desa Wisata pada Desa Colo. Beberapa penggiat kopi mulai merangkul petani sekitar kawasan Colo untuk mengolah kopi sendiri untuk dijual kepada pihak Coffee Shop dengan harga yang jauh lebih tinggi. Para penggiat ini juga mencoba membuat suatu paket wisata kebun kopi seperti contohnya paket wisata berkeliling melihat kopi di Colo dan para wisatawan juga dapat mencoba mengolah kopi mereka sendiri dari proses memetik hingga menggiling kopi hingga disajikan untuk mereka sendiri. Sehingga dengan ini petani-petani sekitar juga bisa mendapatkan pendapatan dari wisata Kopi Desa Colo sekaligus membuat Desa Wisata ini mempunyai identitas kopi khas lokal mereka sendiri yaitu Kopi Muria.

Dari perkebunan lereng Muria, kualitas Kopi Muria tak kalah dengan kopi terkenal lainnya. Kopi yang merupakan warisan turun-temurun sejak 1908 dibudidayakan dengan baik oleh para petani lokal. Kini, Kopi Muria menjadi komoditas unggulan Kabupaten Kudus yang siap dipasarkan hingga luar negeri.

Berdasarkan dari uraian latar belakang tersebut, peneliti berniat untuk mengadakan penelitian dengan kajian yang berjudul “Model Pengembangan Agrowisata berbasis Wisata Kopi Sebagai Daya Tarik Wisata Colo Kudus.”

## **KAJIAN TEORITIS**

### **Agrowisata**

(Lobo et al., 1999) menjelaskan bahwa pembangunan agrowisata akan menawarkan kesempatan bagi petani lokal untuk meningkatkan sumber pendapatan mereka dan meningkatkan kualitas dan kesejahteraan hidup sejalan dengan keberlanjutan dari kegiatan tersebut. Selain itu, melalui pengembangan agrowisata yang menonjolkan budaya lokal dalam memanfaatkan lahan, kita bisa meningkatkan pendapatan petani sambil melestarikan sumber daya lahan, serta memelihara budaya maupun teknologi lokal (Indigenous Knowledge) yang umumnya telah sesuai dengan kondisi lingkungan alamnya (Utama & Junaedi, 2015).

Menurut (Jolly & Reynolds, 2005), agrowisata adalah suatu bisnis yang dilakukan oleh para petani yang bekerja di sektor pertanian bagi kesenangan dan edukasi para

pengunjung. Agrowisata menghadirkan potensi sumber pendapatan dan meningkatkan keuntungan masyarakat. Pengunjung kawasan agrowisata dapat berhubungan langsung dengan para petani dan mendukung peningkatan produk-produk pertanian secara tidak langsung.

### **Model Pengembangan Agrowisata**

Definisi wisata berbasis masyarakat atau yang juga dikenal sebagai Community Based Tourism (CBT) sebagaimana dikemukakan oleh (Sakti, 2012) adalah wisata yang menyadari kelangsungan budaya, sosial serta lingkungan. Menurut Telfer dan Sharpley (2008), pariwisata berbasis masyarakat merupakan salah satu jenis pariwisata yang memasukkan partisipasi masyarakat sebagai unsur utama dalam pariwisata guna mencapai tujuan pembangunan pariwisata berkelanjutan. Sejalan dengan (Potjana, 2003) aspek utama dalam pengembangan wisata berbasis masyarakat adalah:

1. Ekonomi, dengan indikator timbulnya dana untuk pengembangan komunitas, terciptanya lapangan pekerjaan di sektor wisata dan timbulnya pendapatan masyarakat lokal serta peningkatan produktivitas.
2. Sosial, dengan indikator terdapat peningkatan peran sosial seperti adanya Corporate Social Responsibility (CSR) yaitu sebuah tanggung jawab sosial terhadap lingkungan sekitar dengan apa yang telah dilakukan oleh sebuah perusahaan dalam bentuk berbagai kegiatan, misalnya membangun fasilitas umum, memberikan dana untuk kesejahteraan masyarakat sekitar, budaya lokal yang melekat erat, dan kelembagaan yang menjamin hak-hak masyarakat lokal dalam pengelolaan sumberdaya alam.
3. Lingkungan, dengan indikator menjaga keanekaragaman hayati, integritas ekosistem atau pengelolaan sumber daya alam berkelanjutan, pengembangan daya dukung lingkungan seperti adanya carrying capacity area atau terdapat sistem pembuangan sampah yang ramah lingkungan. Pengelolaan lingkungan ini dilakukan supaya bermanfaat untuk kehidupan generasi mendatang.

Ketiga aspek tersebut sejalan dengan indikator keberlanjutan karena mempunyai indikator yang sama. Melalui konsep wisata berbasis masyarakat maka dapat memberikan gambaran bagaimana masyarakat setempat harus dilibatkan secara aktif dan diberikan kesempatan untuk berpartisipasi. Tujuan akhir yang hendak dicapai adalah meningkatkan

kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat itu sendiri. Upaya untuk memberdayakan masyarakat setempat adalah dengan cara partisipasi masyarakat dalam berbagai kegiatan pembangunan wisata termasuk pengelolaan agrowisata.

### **Daya Tarik Wisata**

Menurut (Marpaung, 2002), “Daya tarik wisata adalah suatu bentukan dari aktifitas dan fasilitas yang berhubungan, yang dapat menarik minat wisatawan atau pengunjung untuk datang ke suatu daerah atau tempat tertentu.”

Daya tarik pada tempat tujuan wisata merupakan motivasi utama bagi wisatawan untuk melakukan kunjungan wisata menurut (Basiya & Rozak, 2012). Menurutnya destinasi wisata dikelompokkan menjadi empat daya tarik, yaitu:

1. Daya Tarik Wisata Alam (Natural Attraction) Meliputi pemandangan alam berupa daratan dan lautan.
2. Daya Tarik Wisata Bangunan dan Arsitektur (Building Attraction) Meliputi bangunan dan arsitektur bersejarah, bangunan dan arsitektur modern, peninggalan arkeologi dan monumen.
3. Daya Tarik Wisata yang dikelola khusus ( managed visitor attraction) Meliputi kawasan yang dikelola oleh pemerintah atau pihak swasta seperti taman hiburan, kebun binatang, taman kota.
4. Daya Tarik Wisata Budaya (Cultural Attraction) Meliputi museum, festival budaya, musik, tarian tradisional, kampung budaya. Dari beberapa definisi tersebut maka dapat disimpulkan bahwa daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang mempunyai nilai daya tarik, keunikan dan kemudahan untuk mencapai lokasi wisata yang dapat dijadikan sebagai tujuan wisatawan untuk datang ke suatu daerah tertentu.

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis dan Desain Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan yaitu studi kasus dan wawancara mendalam yaitu penelitian mendalami tentang suatu Pengelolaan Agrowisata Kopi beserta orang – orang yang terkait dan mewawancarainya secara mendalam dalam waktu tertentu dengan tujuan memperoleh deskripsi yang utuh dan mendalam dari sebuah model pengembangan terkait

dengan konsep agrowisata pada desa wisata terkait. Sedangkan pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif, dikarenakan meneliti gejala, informasi, dan keterangan hasil pengamatan selama proses penelitian mengenai Model Pengembangan Agrowisata berbasis Kopi sebagai Daya Tarik Wisata Colo Kudus.

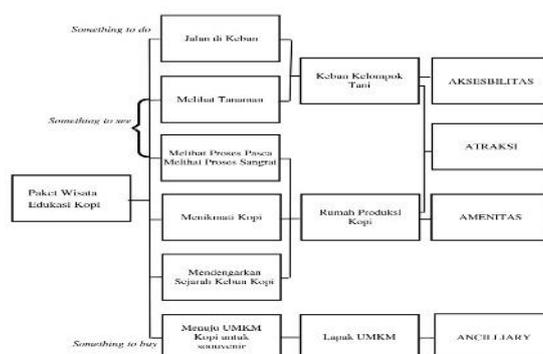
### Teknik Analisis Data

Teknis analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknis analisis yang melalui pendekatan empiris yang menekankan pada sebab-sebab terjadinya suatu fenomena, mmenjelaskan atau mendeskripsikan fenomena dan cara menjelaskan fenomena tersebut didasarkan kepada pola induktif. Maka analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode analisis interaktif. Mengacu pada metode analisis yang dikemukakan oleh Miles dan huberman mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data yaitu data reduction, data display dan data conclusion drawing/verification.

1. Reduksi
2. Penyajian Data
3. Penarikan Kesimpulan

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Model Pengembangan Agrowisata Berbasis Kopi sebagai Daya Tarik Wisata Desa Wisata Colo



Gambar 4.1 Skema Paket Wisata Edukasi Kopi

Gambar 4.1 adalah sebuah skema yang di dapatkan dari skema strategi Bapak Triyan R Soetardjo yaitu Paket Wisata Edukasi tentang kopi. Dengan di diciptakan nya skema bisa kita lihat bahwa dalam Paket Wisata Edukasi juga sangat berkaitan langsung dengan Petani dikarenakan dalam Paket Wisata Edukasi dibutuhkan lahan dalam kegiatan jalan di kebun kopi dan melihat tanaman kopi sehingga POKDARWIS butuh kerjasama dengan beberapa petani kemudian melakukan seleksi lahan untuk dijadikan beberapa pilihan lahan yang akan digunakan Paket Wisata Edukasi Kopi. Kemudian pada tahap melihat proses Pasca panen, melihat proses penyangraian kopi dan mendengarkan cerita sejarah kopi Paket Edukasi Kopi biasanya dilakukan di rumah produk kopi milik anggota Komunitas Kopi Muria. Dan terakhir pada tahap akhir Paket Wisata Edukasi para pengunjung akan di antar untuk menuju Lapak dari beberapa UMKM di Desa Colo untuk membeli Souvenir. Maka dapat dilihat bahwa dalam satu skema ini membutuhkan peran dari Petani, Komunitas Kopi Muria dan Penggiat Kopi atau UMKM dalam keikutsertaan Paket Wisata Edukasi Kopi.

Berdasarkan Hasil Temuan, Agrowisata di Desa Wisata Colo Kudus dari hasil wawancara kepada narasumber bahwa orang-orang yang terkait dengan Agrowisata berbasis kopi ini memiliki beberapa Model Pengembangan. Mengajak beberapa petani kopi untuk membentuk UMKM Kopi sehingga dapat menjadi produk lokal. sejauh ini Kopi muria sendiri sudah bukan hanya bisa di konsumsi di Desa Wisata Colo saja tetapi kopi Muria sendiri sudah mulai dipasarkan dengan model kemasan mulai dari kemasan dijual dengan model biji kopi yang sudah di roasting maupun kopi yang sudah berbentuk bubuk atau siap seduh. Kemudian untuk perizinan penjualan kopi ini para UMKM juga sudah banyak mengurus untuk perizinan BPOM. Dan sudah ada beberapa yang mengurus sertifikat halal.

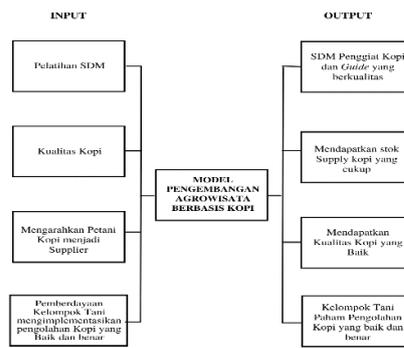
POKDARWIS sudah membuat paket wisata edukasi tentang kopi seperti jalan-jalan di kebun kopi, melihat tanaman kopi, bahkan ketika di musim panen beberapa wisatawan di bolehkan mengikuti proses panen, lalu biasanya wisatawan akan di ajak untuk melihat proses panen hingga pasca panen, Kemudian wisatawan di ajak untuk melihat proses penyangraian kopi hingga menikmati kopi dengan di temani oleh cerita dari Bapak Bambang Sugiyono tentang bagaimana Sejarah awal kebun kopi Muria. dan dapat dilihat juga bahwa hubungan antara POKDARWIS dengan UMKM Kopi yang ada di sana

sangat baik dengan melakukan promosi di akhir perjalanan paket wisata kopi untuk di arahkan kepada beberapa UMKM yang ada di Desa Wisata Colo.

Dari pihak anggota KKM (Komunitas Kopi Muria) juga sudah memberi pelatihan ke beberapa petani supaya petani mengerti sistem panen yang baik, proses pengupasan biji kopi, hingga penjemuran dengan banyak metode seperti keinginan pasar, contoh keinginan pasar natural Process, Full Wash, Honey Process. Sehingga sesuai prosedur keinginan target pasar, harapannya juga para petani bisa dianggap siap dalam menjelaskan kepada wisatawan saat ada wisatawan yang berkunjung untuk berwisata. Dengan dibekali pelatihan tentang proses pengolahan kopi yang benar menimbulkan keuntungan dari segi ekonomi para petani meminimalisir sistem jual beli kepada tengkulak dengan harga yang terlalu murah.

Lalu sistem pemasaran. Beberapa UMKM melakukan kerja sama dengan pihak Komunitas Transportasi Ojek dengan sistem jika beberapa ojek membawa wisatawan ke tempat UMKM Kopi pihak ojek akan mendapatkan kopi gratis dan sejauh ini bisa dibilang cara itu cukup efektif dalam segi pemasaran setempat. lalu ada juga sistem pemasaran melalui event-event dan pameran serta membagikan kopi gratis di Kota Kudus juga dapat dilihat sangat baik sehingga dapat menjadikan identitas bahwa Desa Wisata Colo juga memiliki Agrowisata berbasis kopi yang harapannya wisatawan nantinya akan datang.

Hubungan antara Penggiat Kopi, POKDARWIS, Komunitas Kopi Muria juga sangat terkait untuk sistem edukasi kopi yang dilakukan POKDARWIS juga menggunakan beberapa perkebunan para Penggiat kopi untuk dijadikan destinasi wisata edukasi kopi, kemudian pada akhir dari wisata edukasi dari pihak POKDARWIS juga mengarahkan para wisatawan untuk mengunjungi UMKM kopi dari para Penggiat kopi sehingga saling mendukung. Kemudian para Penggiat Kopi juga dibantu oleh pihak Komunitas Kopi Muria mulai dari segi pemasaran kepada konsumen, pembelajaran dalam sistem mengolah kopi dari biji kopi hingga proses pengemasan hingga dapat dijual dan juga menghubungkan pihak UMKM dengan para petani kopi sehingga dalam proses stock kopi yang dimiliki oleh para UMKM kopi dapat tercukupi.



Gambar 4.2 Skema Model Pengembangan Agrowisata Berbasis Kopi

Berikut adalah gambaran Skema Model Pengembangan Agrowisata Berbasis Kopi di Desa Wisata Colo dengan beberapa skema yang di lakukan oleh para informan Pnggiat Kopi, Komunitas Kopi Muria dan Petani seperti Pelatihan kepada Sumber Daya Manusia, Peningkatan kualitas kopi, pengarahan petani kopi menjadi Supplier dan pemberdayaan Kelompok Tani dalam mengimplementasikan pengolahan kopi yang baik dan benar dengan Model Pengembangan Agrowisata yang menggunakan Paket Wisata Edukasi Kopi sehingga dapat menghasilkan target yang diinginkan, seperti Sumber Daya Manusia yang berkualitas, UMKM memiliki stock kopi yang cukup karna memiliki Supplier, Kopi yang di olah dengan baik dan benar akan mendapat kan hasil yang maksimal dan Kelompok Petani yang mengerti akan pengolahan kopi yang baik dan benar.

Peneliti juga menemukan bahwa beberapa masyarakat sudah mulai banyak yang membuka kedai kopi sendiri di Desa Wisata Colo untuk penjualan di kedai kopi biasanya cenderung menjual kopi yang sudah siap seduh dan tidak hanya menjual kopi saja beberapa masyarakat juga menjual getuk bakar dengan varian rasa untuk melengkapi menikmati segelas Kopi Muria. Beberapa kedai kopi ini di support oleh para petani kopi serta merek – merek kopi lokal Kopi Muria yang ada di Desa Wisata Colo, sejauh ini merek kopi di Desa Wisata Colo sudah ada sekitar 17 merek Kopi Muria diantaranya yaitu Kopi Centheng, Kopi Tasty, Kopi muara, Kopi Wilhelmina, Kopi Ndaoleng, Kopi Tjolo, Kopi Maura, Kopi Langgeng, Kopi Otentik, Kopi Dunaco, Kopi Moelyo, Kopi Tawang, Kopi Nyampleng, Kopi Sorban, Kopi klaren, Kopi Bima dan Kopi Zayna dan kopi kopi yang di olah rata- rata adalah kopi jenis Robusta karna dari kontur tanah di Desa Wisata Colo

sendiri tanaman kopi yang cocok di tanam disana adalah kopi jenis robusta. Tetapi peneliti juga menemukan bahwa beberapa petani dan penggiat kopi disana mulai mencoba menanam tanaman kopi jenis arabica walaupun memang dari segi ketinggian memang tidak cocok untuk tanaman arabica tetapi ternyata setelah dilakukan penanaman di lereng gunung Muria ternyata kopi jenis arabica sendiri ternyata bisa hidup dan sekarang dalam proses penanaman sehingga nantinya setelah dapat dipanen akan di coba Kopi Muria jenis Arabica.

### **Hambatan yang dialami dalam mengembangkan Agrowisata Berbasis kopi di Desa Wisata Colo**

Berdasarkan Hasil Temuan, Agrowisata di Desa Wisata Colo Kudus dari hasil wawancara kepada narasumber bahwa orang-orang yang terkait dengan Agrowisata berbasis kopi ini memiliki beberapa hambatan yaitu sebagai berikut:

1. Keterbatasan Sumber Daya Manusia dalam memberdayakan masyarakat Kelompok Tani untuk mengedukasi pengolahan kopi. Beberapa penggiat Kopi, POKDARWIS, dan Pihak KKM (Komunitas Kopi Muria) masih kekurangan Anggota untuk mengurus wisata edukasi, Lalu dari pihak Komunitas Kopi Muria sendiri juga masih kekurangan anggota untuk membantu proses pelatihan kepada para petani. Dengan keterbatasan nya Sumber Daya Manusia pada pihak KKM (Komunitas Kopi Muria) juga mempengaruhi pemasaran produk dikarenakan.
2. Teknologi yang di gunakan masih sangat terbatas. beberapa UMKM di Desa Colo hanya menggunakan 1 alat penggiling kopi sehingga produksi penggilingan kopi sangat terbatas, beberapa UMKM di Desa Colo harus mengantri dalam proses penggilingan kopi sehingga menurut peneliti kurang efektif.
3. Kurang nya kesadaran beberapa petani akan penting nya bagaimana cara pengolahan kopi yang baik dan benar. pihak petani masih kebingungan untuk menjual hasil kopi mereka kepada konsumen. walaupun mereka sudah paham akan kebutuhan pasar, beberapa dari petani di Desa Colo juga mayoritas masih menjual biji kopi langsung kepada tengkulak yang biasanya dalam sistem jual beli nya masih di atur oleh tengkulak. Sedangkan beberapa UMKM di Desa Colo juga membutuhkan Supplier Kopi ketika kebutuhan nya meningkat.

4. Walaupun secara skema pengembangan dari POKDARWIS, Kelompok Tani, UMKM dan Penggiat Kopi saling ada keterkaitan dalam mendukung satu sama lain tetapi terdapat kurangnya komunikasi sehingga hubungan antara satu dan yang lainnya terbilang masih kurang.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian, analisis data, dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

1. Model Pengembangan Agrowisata yang digunakan pada Desa Wisata Colo Kudus adalah Model Pengembangan yang melalui Paket Wisata Edukasi Kopi. Berdasarkan hasil temuan dengan hasil yang ditargetkan dapat ditarik kesimpulan bahwa skema yang digunakan oleh Bapak Triyan R Soetardjo selaku ketua POKDARWIS merupakan skema pengembangan yang relevan diterapkan pada Model Pengembangan Agrowisata Berbasis Kopi sebagai Daya Tarik Wisata Desa Wisata Colo Kudus dan didukung oleh skema dari Komunitas Kopi Muria, Penggiat Kopi, dan Petani kopi sehingga tercipta Model Pengembangan Agrowisata berbasis Kopi.
2. Hambatan yang dialami dalam mengembangkan Agrowisata Berbasis Kopi di Desa Wisata Colo Kudus adalah sebagai berikut :
  - a. Keterbatasan Sumber Daya Manusia dalam memberdayakan masyarakat Kelompok Tani untuk mengedukasi pengolahan kopi.
  - b. Teknologi yang digunakan masih sangat terbatas.
  - c. Kurangnya kesadaran beberapa petani akan pentingnya bagaimana cara pengolahan kopi yang baik dan benar.
  - d. Walaupun secara strategi pengembangan POKDARWIS, Kelompok Tani, UMKM dan Penggiat Kopi saling ada keterkaitan tetapi terdapat kurangnya komunikasi antar para pemangku kepentingan.

## **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, analisis data, serta pengujian hipotesis yang telah dilakukan oleh peneliti, maka dapat peneliti memberikan saran beberapa rekomendasi hal sebagai berikut:

1. Kepada pihak POKDARWIS maka sebaiknya untuk melakukan penyuluhan kepada masyarakat untuk memperluas wawasan terlebih dahulu untuk meminimalisir respon yang kurang dari masyarakat maupun kesalahan pemahaman.
2. Kepada POKDARWIS, Komunitas Kopi Muria sebaiknya memberi pelatihan tentang Pengurusan dalam Wisata Edukasi kepada masyarakat yang mulai tertarik.
3. Di era digitalisasi 4.0, penting untuk membuat akun media social official Komunitas Kopi Muria, UMKM, Pokdarwis dan Desa Wisata. Cara ini untuk memperkenalkan dan mempromosikan organisasi dan produk.
4. Dengan berada di kondisi pandemi sebaiknya POKDARWIS dan Komunitas Kopi Muria mempersiapkan ide baru, mengevaluasi apa saja yang perlu di kembangkan lagi dalam Agrowisata Desa Colo sehingga ketika pandemi berakhir Agrowisata di Desa Colo sudah siap dengan ide yang lebih matang.
5. Kepada Pihak yang terkait penggiat Kopi dan Komunitas Kopi Muria sebaiknya ada penambahan jumlah Alat untuk proses penggilingan kopi sehingga para UMKM di Desa Colo tidak perlu mengantri dalam proses penggilingan kopi.
6. Kepada Penggiat Kopi Muria sebaiknya mengganti proses penggilingan kopi menjadi proses yang lebih tradisional seperti proses pelepasan biji kopi dengan cara di tumbuk sehingga bisa menambah daya tarik wisata.
7. Kepada Penggiat Kopi dan UMKM Desa Colo sebaiknya menambah varian olahan dari tanaman kopi dengan memanfaatkan bagian dari tanaman kopi yang lain seperti daun nya di olah menjadi makanan dan lain sebagainya.

## **DAFTAR REFERENSI**

- Adiputra, I. G., & Suprastha, N. (2019). Pengembangan Agrowisata Berbasis Tanaman Hias Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Di Kecamatan Parongpong Kabupaten Bandung Barat. *Jurnal Kajian Pariwisata*, 1(1), 84–96.
- Antara, M., & Arida, S. (2015). Panduan pengelolaan desa wisata berbasis potensi lokal. *Konsorium Riset Pariwisata Universitas Udayana*, 23.
- Bakaruddin. (2009). *Perkembangan dan Permasalahan Kepariwisata. Perkembangan Dan Permasalahan Kepariwisata*.
- Basiya, R., & Rozak, H. A. (2012). Kualitas dayatarik wisata, kepuasan dan niat kunjungan kembali wisatawan mancanegara di Jawa Tengah. *Jurnal Ilmiah Dinamika Kepariwisata*, 11(2), 1–12.
- Baud-Bovy, M., & Lawson, F. (1998). *Tourism and recreation: handbook of planning and design*. Butterworth-Heinemann Ltd.
- BPS. (2019). *Produksi Kopi Menurut Status Pengusahaan Tahun 2019*.
- Dewi, M. H. U. (2013). Pengembangan desa wisata berbasis partisipasi masyarakat lokal di Desa Wisata Jatiluwih Tabanan, Bali. *Jurnal Kawistara*, 3(2).
- Jolly, D., & Reynolds, K. A. (2005). *Consumer demand for agricultural and on-farm nature tourism*. Small Farm Center, University of California-Davis.
- Kartini, T. (2016). Pengembangan Model Pendidikan Pariwisata Berbasis Agrowisata Perkebunan Kopi Di Kabupaten Jember. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 10(1).
- Kebudayaan, M., & Indonesia, P. R. (2010). *Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata Nomor: PM. 26/UM*.
- Kemenperin Dorong Strategi Pemenuhan Bahan Baku IKM. (2021). 13 Juli. <https://kemenperin.go.id/artikel/22641/Kemenperin-Dorong-Strategi-Pemenuhan-Bahan-Baku-IKM->
- Lobo, R., Goldman, G., Jolly, D., Wallace, B., Schrader, W. L., & Parker, S. (1999). Agritourism benefits agriculture in San Diego county. *California Agriculture*, 53(6), 20–24.
- Marpaung, H. (2002). *Pengetahuan Kepariwisata* Alfabeta Bandung. Alfabeta.
- Marwanti, S. (2015). Pengembangan Agrowisata Berbasis Masyarakat di Kabupaten Karanganyar. *Caraka Tani: Journal of Sustainable Agriculture*, 30(2), 48–55.
- Moeleong, & Lexy. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L. J. (2006). *Metode penelitian kualitatif edisi revisi*. In Bandung: Remaja Rosdakarya.

- Pariwisata, K. (2009). Undang-Undang Republik Indonesia No 10 Tahun 2009. In Indonesia: Kementerian Pariwisata.
- Pertanian, K. (2018). Konsumsi Kopi Nasional 2016-2021.
- Potjana, S. (2003). Community Based Tourism Handbook Thailand. Rest Project. Handbook. Melalui <https://www.mekongtourism.org/Wp-Content/uploads/REST-CBT-Handbook-2003.pdf>. [10/10/19].
- Priasukmana, S., & Mulyadin, R. M. (2001). Pembangunan desa wisata: Pelaksanaan undang-undang otonomi daerah. In Info Sosial Ekonomi (Vol. 2, Issue 1).
- Puspitaningrum, E., & Lubis, D. P. (2018). Modal Sosial dan Partisipasi Masyarakat dalam Pembangunan Desa Wisata Tamansari di Kabupaten Banyuwangi. *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat [JSKPM]*, 2(4), 465–484.
- Raharjana, D. T. (2012). Membangun pariwisata bersama rakyat: Kajian partisipasi lokal dalam membangun Desa wisata di dieng plateau. *Jurnal Kawistara*, 2(3).
- Rai, I. N., Sudama, I. P., Semarajaya, C. G. A., & Wiraatmaja, W. (2016).