



---

## **STRATEGI PENGEMBANGAN PENGOLAHAN KOPI ARABIKA SEBAGAI DAYA TARIK WISATA GASTRONOMI DI DESA CATUR, KINTAMANI, BALI**

**I Made Hendrayana**

Program Studi Manajemen Tata Boga, Politeknik Pariwisata Bali  
Jl. Dharmawangsa Kampial, Nusa Dua, Kuta Selatan, Badung, Bali

hendramade72@gmail.com

---

Received: February, 2022

Accepted: February, 2022

Published: Maret, 2022

---

### **Abstract**

*Catur Village is a center for Kintamani Arabica Coffee production, the distribution of the coffee products has been carried out throughout Bali to foreign countries such as Japan, Europe, America, and Australia with the brand "Kopi Catur Arabika Kintamani". As a tourist village, Catur needs to have a strong tourist attraction to attract tourist visits. The study of the development of the Kintamani Arabica Catur Coffee processing attraction as a gastronomic tourist attraction is the right step to create a strong story or story in the minds of tourists. The purpose of this study was to determine the development strategy of coffee processing as a gastronomic tourist attraction. The research method used is qualitative using SWOT analysis. The results show that there are 13 strategy formulations that can be used in the development of coffee processing as a gastronomic tourist attraction, of these 13 strategies there are 11 strategies that have been realized, but the realization must be further optimized.*

**Keywords:** *gastronomic tourism, arabica coffee, catur village*

### **Abstrak**

*Desa Catur merupakan sentra penghasil Kopi Arabika Kintamani, distribusi produk kopi tersebut telah dilakukan ke seluruh Bali hingga ke mancanegara dengan merek "Kopi Catur Arabika Kintamani". Sebagai desa wisata, Catur perlu memiliki daya tarik wisata yang kuat untuk menarik kunjungan wisatawan. Kajian pengembangan atraksi pengolahan Kopi Catur Arabika Kintamani sebagai daya tarik wisata gastronomi merupakan langkah yang tepat untuk menciptakan cerita atau story yang kuat di ingatan wisatawan. Tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pengembangan pengolahan kopi sebagai daya tarik wisata gastronomi. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan menggunakan analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 13 formulasi strategi yang dapat digunakan dalam pengembangan pengolahan kopi sebagai daya tarik wisata gastronomi, dari 13 strategi tersebut terdapat 11 strategi yang telah direalisasikan, namun realisasinya harus lebih dioptimalkan lagi.*

**Kata kunci:** *wisata gastronomi, kopi arabika, desa catur*

## 1. PENDAHULUAN

Gastronomi adalah cara lain dalam menikmati daya tarik wisata yang sekaligus juga melestarikan kebudayaan melalui pelestarian dibidang makanan dan minuman atau biasa disebut wisata kuliner. Ruang lingkup gastronomi tidak hanya menjabarkan makanan dan minuman sekedar untuk pemenuhan kebutuhan, tetapi lebih mendalam mengkaji sudut pandang kuliner daerah sebagai aspek budaya serta aset bagi daerah dalam mengembangkan industri pariwisata guna meningkatkan ekonomi masyarakat lokal. Seluk-beluk proses pembuatan produk makanan dan minuman dengan kesesuaiannya terhadap nilai budaya lokal harus mampu dikemas menjadi sebuah produk pariwisata yang memberikan pengalaman otentik bagi wisatawan (Sufa, dkk, dalam Setiawati, 2021).

Selain Ubud, sebenarnya setiap daerah di Bali memiliki potensi gastronomi, hal ini dikarenakan setiap daerah memiliki kuliner khas masing-masing serta setiap kuliner baik makanan maupun minuman memiliki cerita tersendiri. Salah satu wilayah yang juga kaya akan potensi gastronomi adalah Kecamatan Kintamani, selain terkenal dengan kuliner mujair nyata-nyat, Kintamani juga dikenal sebagai wilayah penghasil kopi. Kopi berada di urutan ketiga yang paling banyak dikonsumsi penduduk dunia setelah air mineral dan teh (Edrick, 2017). Selain itu kopi adalah salah satu hasil komoditi perkebunan yang memiliki nilai ekonomi yang cukup tinggi dan berperan penting sebagai sumber devisa negara. Kopi tidak hanya berperan penting sebagai sumber devisa melainkan juga sebagai sumber penghasilan bagi satu setengah juta jiwa petani di Indonesia (Raharjo, 2012). Kopi Arabika Kintamani adalah salah satu kopi terbaik dari Indonesia yang sudah mendapatkan sertifikat Indikasi Geografis. Kopi Arabika Kintamani sudah dikenal sampai mancanegara karena cita rasanya yang khas yaitu sedikit asam dan

rasa lemon nya yang membedakan dengan kopi lainnya. Kebutuhan kopi Kintamani di dunia sudah sampai di urutan no 4 di dunia (Purnomo dan Mintorogo, 2019).

Desa Catur merupakan salah satu desa penghasil kopi arabika di Kecamatan Kintamani. Secara geografis desa ini terletak di tengah-tengah antara Gunung Penulisan, Gunung Batur dan Gunung Catur (Pucak Mangu) tepatnya pada ketinggian 1250 m diatas permukaan laut. Luas wilayah Desa Catur adalah 746 Ha yang difungsikan sebagai *tegalan* seluas 630,25 Ha, perkebunan rakyat seluas 320 Ha dan Hutan seluas 60 Ha. Desa Catur terdiri dari 3 (tiga) *banjar pekraman*, yaitu: Banjar Pekraman Catur, Banjar Pekraman Lampu dan Banjar Pekraman Mungsengan. Kopi arabika kintamani tumbuh di ketinggian 900-2000 mdpl, dengan iklim yang sejuk antara 15°C–25°C. Desa Catur memang cocok untuk penanaman kopi jenis Arabika.

Masyarakat Desa Catur masih mengandalkan sektor pertanian sebagai mata pencaharian utama. Lahan pertanian di Desa Catur dikelola oleh delapan kelompok subak yang tersebar disetiap dusun. Kondisi tanah yang subur dan iklim yang sejuk di daerah ini membuat aneka produk pertanian tumbuh dengan baik. Adapun hasil unggulan yang terkenal di Desa Catur adalah kopi arabika yang telah dikenal di mancanegara dan bahkan mendapat sertifikat hak atas kekayaan intelektual (HAKI). Distribusi produk kopi tersebut telah dilakukan ke seluruh Bali hingga ke mancanegara seperti Jepang, Eropa, Amerika, dan Australia dengan merek "Kopi Catur Arabika Kintamani".

Melihat besarnya potensi kopi yang dimiliki, Desa Catur sangat berpeluang untuk mengembangkan daya tarik wisata gastronomi dengan menonjolkan kopi sebagai produk kuliner utama. Terlebih Desa Catur telah ditetapkan sebagai desa wisata melalui

Peraturan Bupati Bangli Nomor 4 Tahun 2018 tentang perubahan ketiga atas Peraturan Bupati Bangli Nomor 16 Tahun 2014 Tentang Desa Wisata di Kabupaten Bangli. Hal ini menunjukkan bahwa Desa Catur selain memiliki kopi sebagai potensi utama, juga memiliki potensi lain yang mendukung kegiatan desa wisata. Desa Catur selain memiliki potensi wisata berupa pertanian kopi, jeruk, air terjun dan budaya, desa ini juga cukup strategis yaitu berada diantara daya tarik wisata Kintamani dan juga Plaga.

Desa Catur sangat cocok menjadikan kopi sebagai *branding* desa wisata, mengingat wisatawan yang berkunjung sebagian besar tertarik dan ingin mengetahui bagaimana proses budidaya kopi, mulai dari proses tanam, petik hingga pengolahannya. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan salah satu pemandu wisata lokal Desa Catur Bapak I Made Sukayana, bahwa wisatawan yang berkunjung tidak hanya di ajak berkeliling kebun kopi, melainkan juga diajak melihat secara langsung bagaimana proses pengolahan kopi, hingga kopi siap dihidangkan.

Meskipun kegiatan desa wisata dan kunjungan wisatawan sudah mulai ada, namun sangat disayangkan manfaat ekonomi dari sektor pariwisata masih dirasa minim oleh masyarakat. Desa Catur sebagai desa wisata berkembang tentunya memerlukan perencanaan yang komprehensif, sinergi antara pemerintah, desa dan juga masyarakat lokal agar mampu mendatangkan kunjungan wisatawan secara berkelanjutan dan bersaing dalam industri pariwisata tidak hanya di Bali bahkan secara internasional. Desa Catur perlu memiliki daya tarik wisata yang kuat untuk menarik kunjungan wisatawan. Kajian pengembangan atraksi pengolahan Kopi Catur Arabika Kintamani sebagai daya tarik wisata gastronomi merupakan langkah yang tepat untuk menciptakan cerita atau

*story* yang kuat diingatan wisatawan. Sehingga dapat memperkuat *branding* Desa Catur sebagai desa wisata sentra penghasil Kopi Arabika Kintamani.

Adapun landasan konsep dan teori analisis yang digunakan untuk pada penelitian ini, diantaranya;

#### 1) Wisata Gastronomi

Istilah gastronomi pertama kali muncul pada judul sebuah puisi di Prancis pada tahun 1801 (Berchoux, 1804 dalam Scarpato, 2002) yang berhubungan dengan kenikmatan dalam menikmati makanan dan minuman. Brillat-Savarin dalam Nurwitasari (2015) memberikan pengertian mengenai wisata gastronomi, yaitu: (a) Wisata gastronomi adalah cara untuk melakukan pelestarian kebudayaan melalui pelestarian yang dilakukan oleh manusia melalui makanan, (b) Objeknya adalah memberikan bimbingan, menurut prinsip-prinsip tertentu, untuk semua orang yang mencari, menyediakan, atau menyiapkan makanan; (c) Wisata gastronomi memberikan kekuatan ekonomi bagi petani, peternak, nelayan dan industri yang terkait dengan penyediaan jasa makanan.

Gastronomi dipadukan dengan pariwisata telah menjadi sumber daya pariwisata bagi penciptaan produk wisata baru. Manfaat lain dari pengembangan wisata gastronomi adalah dapat memberikan pendidikan kuliner yang autentik dan pemahaman dan apresiasi yang tinggi terhadap kuliner sebuah daerah (Kartika & Harahap, 2019).

#### 2) Daya Tarik Wisata

Menurut Yoeti dalam Utama (2016: 142) menyatakan bahwa daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi wisatawan untuk mengunjungi suatu daerah tertentu. Sedangkan Menurut Pedit dalam Utama (2016: 142) menyatakan bahwa daya tarik

wisata adalah segala sesuatu yang menarik dan mempunyai nilai untuk dikunjungi dan dilihat, pada dasarnya daya tarik wisata dapat dikelompokkan menjadi dua kelompok yakni, daya tarik wisata alamiah dan daya tarik wisata buatan.

3) **Komponen Produk Wisata (4A)**  
Menurut Cooper dkk (1993) mengemukakan bahwa terdapat 4 (empat) komponen yang harus dimiliki oleh sebuah daya tarik wisata, yaitu: *attraction, accessibility, amenity* dan *ancillary*.

4) **Desa wisata**  
Desa wisata adalah suatu bentuk integrasi antara atraksi, akomodasi, dan fasilitas pendukung yang disajikan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tata cara dan tradisi yang berlaku (Nuryanti, Wiendu dalam Anom & Suryawan, 2016).

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi pengembangan pengolahan kopi arabika di Desa Catur, Kintamani, Bali dan diharapkan dapat meningkatkan ketertarikan wisatawan terhadap aktivitas kopi di Desa Catur.

pendekatan kualitatif. Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif dan kuantitatif, sumber data primer, dan sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi observasi dan wawancara. Teknik penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan *Purposive Sampling* (Bungin, 2007:107). Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu interpretatif kualitatif, dimana menurut Miles dan Huberman dalam Sugiyono (2014) aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif.

Analisis data dalam penelitian ini adalah data kualitatif yang disajikan dalam bentuk kata-kata dengan mendeskripsikan hasil analisis. Selain itu untuk merumuskan strategi pengembangan atraksi pengolahan kopi sebagai daya tarik wisata gastronomi dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT yang merupakan analisis kualitatif yang dilaksanakan dengan mengkaji faktor-faktor internal dengan eksternal. Faktor internal dalam hal ini adalah *strength* (kekuatan atau potensi) dan *weakness* (kelemahan atau kendala). Faktor eksternal terdiri dari *opportunity* (peluang) dan *threat* (ancaman), Rangkuti (2008:19).

## 2. METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian yang digunakan pada kajian ini adalah

Tabel 1: Matriks Analisis SWOT

	Internal	o <i>Strength</i> ( S ) Tentukan faktor-faktor kekuatan internal	o <i>Weakness</i> ( W ) Tentukan faktor-faktor kelemahan internal
Eksternal			
	o <i>Opportunities</i> ( O ) Tentukan faktor-faktor peluang internal	o Strategi S-O Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	o Strategi W-O Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
	o <i>Threats</i> ( T ) Tentukan faktor-faktor ancaman internal	o Strategi S-T Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	o Strategi W-T Ciptakan strategi meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Gambaran Umum Kopi Arabika Sebagai Daya Tarik Wisata di Desa Catur

Desa Catur terletak di tengah-tengah antara pegunungan Penulisan, Batur, Catur, dan pegunungan Mangu, yang sebelah-menyebelah di antara tiga kabupaten di Bangli, yakni Badung, Buleleng, dan Kabupaten Bangli.

Desa Catur berada di ketinggian 1.250 m di atas permukaan laut. Terletak di ujung Barat Kecamatan Kintamani, berbatasan dengan Kabupaten Badung di sebelah selatan dan Kabupaten Buleleng di bagian barat. Letak desa ini sangat strategis dengan akses jalan provinsi yang sangat memadai. Desa Catur berjarak 60 kilometer dari Kota Denpasar, 45 kilometer menuju Kabupaten Bangli dan 35 kilometer ke Singaraja. Luas wilayah Desa Catur adalah 746 Ha yang difungsikan sebagai

tegalan seluas 630,25 Ha, perkebunan rakyat seluas 320 Ha dan hutan seluas 60 Ha. Desa Catur terdiri dari 3 (tiga) *banjar pekraman*, yaitu: Banjar Pekraman Catur, Banjar Pekraman Lampu dan Banjar Pekraman Mungsengan.

Nama Desa Catur diambil dari nama pegunungan Catur yang berada di arah barat Desa Catur lebih kurang 5 km tidak jauh dari *banjar* Mungsengan yang merupakan salah satu *banjar Pakraman* yang ada di wilayah Desa Pakraman Catur. Dilihat dari jenis mata pencaharian masyarakat, sebagian besar (85%) bersumber dari sektor pertanian dan sisanya (15 %) dari sektor non pertanian. Lahan pertanian di Desa Catur dikelola oleh delapan kelompok subak yang tersebar disetiap dusun. Kondisi tanah yang subur dan iklim yang sejuk di daerah ini membuat aneka produk pertanian tumbuh dengan baik.



Gambar 1: Peta Lokasi Desa Catur  
[Sumber: <https://googlemaps.com>, 2021]



Gambar 2: Aktivitas Wisata Petik Kopi di Desa Catur  
[Sumber: Dokumentasi Pribadi Pemandu Wisata Lokal, 2021]

Hasil pertanian yang terkenal di Desa Catur adalah kopi arabika yang telah dikenal di mancanegara dan bahkan mendapat sertifikat hak atas kekayaan intelektual (HAKI). Desa Catur dikenal sebagai sentra penghasil Kopi Arabika Kintamani. Distribusi produk kopi tersebut telah dilakukan ke seluruh Bali hingga ke mancanegara seperti Jepang, Eropa, Amerika, dan Australia dengan merek "Kopi Kintamani Bali" dan kini telah berganti merek menjadi "Kopi Catur Arabika Kintamani atau K'Cak Coffee". Selain itu, terdapat juga budidaya tanaman lainnya seperti Jeruk Keprok, Jeruk Bali (*jerungga*), dan beraneka sayur mayur. Panorama alam yang indah dan keunikan budaya juga turut melengkapi potensi Desa Catur. Kopi yang di ekspor merupakan kopi olah basah dan olah kering dan tidak dapat dipungkiri kopi tersebut sudah memiliki kualitas yang baik.

Selain telah terbukti mampu memproduksi kopi berkualitas, hingga berhasil menjamah pasar internasional. Daya tarik Kopi Arabika Kintamani sangat luar biasa, hal ini dibuktikan dengan adanya kunjungan wisatawan baik domestik maupun mancanegara khusus untuk melihat dan menikmati kopi arabika secara langsung ke Desa Catur. Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu pemandu wisata lokal Desa Catur yakni Kadek Rahma Sanjaya,

beliau menyatakan bahwa aktivitas wisata yang ditawarkan kepada wisatawan tidak hanya sebatas minum kopi. Namun sebelum disajikan kopi, wisatawan terlebih dahulu akan diajak berkeliling perkebunan kopi, jika wisatawan berkunjung pada musim panen, perkiraan puncak musim panen kopi jatuh pada Bulan Juni, maka wisatawan dapat mencoba ikut serta memetik kopi bersama petani lokal. Selain itu wisatawan juga akan diajak ke tempat pembibitan kopi dan dijelaskan bagaimana proses pembibitan hingga penanaman pohon kopi. Kemudian berlanjut, wisatawan akan diajak ke rumah produksi pengolahan kopi, disana wisatawan akan dijelaskan bagaimana proses pengolahan kopi dari biji mentah, menjadi green bean, kemudian proses penyangraian hingga kopi siap untuk disajikan. Potensi perkebunan hingga pengolahan kopi arabika telah dikemas menjadi sebuah produk wisata yang kini telah di pasarkan di berbagai *marketplace*. Seperti paket pengalaman Desa Wisata Catur yang dipasarkan pada *marketplace* Godevi, dimana terdapat tiga jenis paket wisata yakni; (1) *Drink Arabica Kintamani Coffee with the Locals (half day tour)*, yang meng- *highlight* kopi sebagai aktivitas utamanya. Berikut merupakan tampilan produk Desa Catur yang dipasarkan pada *marketplace* Godevi.



Gambar 3: Tampilan Paket Wisata Desa Catur pada *Marketplace* Godevi  
[Sumber: [www.godestinationvillage.com](http://www.godestinationvillage.com), 2021]

Fasilitas penunjang kegiatan pariwisata di Desa Catur sudah tersedia

namun masih belum optimal. Adapun fasilitas wisata yang dimiliki yaitu Balai

Desa, tempat parkir, *homestay* dan *rest area* yang khusus digunakan sebagai tempat menikmati kopi yang dibangun oleh masyarakat lokal di tengah-tengah perkebunan buah jeruk, sayur dan bunga. Dari tempat ini wisatawan dapat menikmati pemandangan perkebunan jeruk, kopi, bunga dan sayur-sayuran yang ada di Desa Catur. Terdapat beberapa fasilitas-fasilitas yang sangat perlu dioptimalkan untuk keperluan pariwisata, seperti; pengadaan toilet umum, loket untuk penerimaan tamu, dan papan informasi pengunjung.

### 3.2 Strategi Pengembangan Pengolahan Kopi Arabika Sebagai Daya Tarik Wisata Gastronomi di Desa Catur

Pengembangan pengolahan Kopi Catur Arabika Kintamani sebagai daya tarik wisata Gastronomi yang dapat menarik dan meningkatkan kunjungan wisatawan ke Desa Catur perlu dirumuskan suatu alternatif strategi yang tepat sesuai dengan kondisi dan Faktor-faktor kekuatan (*strengths*):

Faktor kekuatan dapat dikatakan sebagai suatu keunggulan internal yang dimiliki Desa Catur terkait dalam pengembangan pengolahan kopi arabika sebagai daya tarik wisata gastronomi: (a) Letak geografis Desa Catur yang strategis; (b) Telah memiliki pasar untuk produk kopi arabika; (c) Adanya dukungan dari pemerintah: sudah ditetapkannya sebagai desa wisata, dibangunnya beberapa fasilitas dan infrastruktur pariwisata; (d) Kopi Catur Arabika Kintamani memiliki cita rasa yang khas.

- 1) Faktor-faktor kelemahan (*weakness*): Kelemahan merupakan faktor internal yang dimiliki oleh Desa Catur dimana hal tersebut cenderung akan dapat menghambat proses pengembangan pengolahan kopi arabika sebagai daya tarik wisata gastronomi, setelah dilakukan observasi dan wawancara dengan

kebutuhan yang ada. Untuk itu perlu ada kajian internal dan eksternal bagi pengembangan selanjutnya, analisis internal diarahkan untuk melihat, menginventarisir dan mengkaji faktor – factor kekuatan dan kelemahan sedangkan analisis eksternal ditujukan untuk melihat, menginventarisir dan mengkaji faktor – faktor peluang dan ancaman bagi pengembangan pengolahan kopi arabika sebagai daya tarik wisata gastronomi di Desa Catur. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*) namun secara bersama dapat meminimalisir kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*).

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, masukan atau saran dari narasumber yang memberikan pendapat mengenai faktor – faktor strategis pengembangan pengolahan kopi arabika sebagai daya tarik wisata gastronomi di Desa Catur, diperoleh hasil sebagai berikut.

- narasumber, maka dapat diidentifikasi beberapa kelemahan: (a) Tempat pengolahan kopi masih belum tertata dengan maksimal; (b) Kopi yang berbuah secara musiman.; (c) Minimnya SDM yang terlibat dalam kegiatan pariwisata; (d) Minimnya manfaat dari aktifitas pariwisata yang dirasakan oleh masyarakat; (e) Banyak SDM yang masih berfikir untung rugi, belum berfikir manfaat jangka panjang.
- 2) Faktor-faktor peluang (*opportunities*): (a) Banyaknya permintaan pasar terhadap produk kopi arabika baik nasional maupun internasional; (b) Banyaknya kegiatan *event* yang diselenggarakan pemerintah daerah dan provinsi dan mengundang Desa Catur untuk melakukan pameran produk kopi; (c) Desa Catur memiliki banyak potensi wisata pendukung; (d) Berkembangnya kegiatan wisata edukasi.

- 3) Faktor – faktor ancaman (*threats*):  
 (a) Cuaca ekstrem yang tidak menentu, menyebabkan turunnya produktivitas tanaman kopi; (b) Pergeseran *trend* pariwisata yang sangat cepat; (c) Minimnya kemauan generasi muda menjadi petani kopi.

Tabel 2: Matrik Analisis *SWOT*  
 [Sumber: Hasil Penelitian, 2021]

		<b>Strength ( S )</b>	<b>Weakness ( W )</b>
<b>Internal</b>		a. Letak geografis Desa Catur sebagai desa wisata cukup strategis b. Telah memiliki alat dan pengetahuan dalam pengolahan kopi c. Adanya dukungan dari pemerintah: sudah ditetapkannya sebagai desa wisata, dibangunnya beberapa fasilitas dan infrastruktur pariwisata. d. Kopi Catur Arabika Kintamani memiliki cita rasa yang khas	a. Tempat pengolahan kopi masih belum tertata dengan maksimal b. Kopi yang berbuah secara musiman c. Minimnya SDM yang terlibat dalam kegiatan pariwisata d. Minimnya manfaat dari aktifitas pariwisata yang dirasakan oleh masyarakat e. Banyak SDM yang masih berfikir untung rugi, belum berfikir manfaat jangka panjang
	<b>Eksternal</b>		
		<b>Strategi S-O</b>	<b>Strategi W-O</b>
<b>Opportunities ( O )</b>		a. Desain konsep wisata yang berbasis pertanian (agrowisata) dan kearifan lokal b. Kerjasama dengan industri pariwisata baik lokal, nasional maupun internasional. c. Menerapkan sistem teknologi informasi yang terintegrasi, dalam membangun interaksi dengan wisatawan d. Mengemas paket wisata edukasi kopi khusus untuk pelajar atau mahasiswa	a. Mendesain saluran komunikasi dan promosi melalui sosial media yang menampilkan <i>coffee experience</i> di Desa Catur b. Membuat video promosi pengolahan kopi arabika yang kreatif dan inovatif, serta di <i>publish</i> pada media sosial.
		<b>Strategi S-T</b>	<b>Strategi W-T</b>
<b>Threats ( T )</b>		a. Mempromosikan atau mengiklankan aktivitas wisata petik kopi menjelang musim panen tiba b. Melengkapi dan memperbaiki fasilitas pendukung terkait keamanan dan kenyamanan pengunjung	a. Sosialisasi dan edukasi potensi wisata kepada masyarakat b. Mengembangkan <i>event</i> kreatif berbasis kopi yang didukung dengan mengadaptasikan perkembangan teknologi

<p>sangat cepat</p> <p>c. Minimnya kemauan generasi muda menjadi petani kopi</p>	<p>c. Mensosialisasikan dan mengedukasi generasi muda dalam menjaga dan melestarikan sektor pertanian desa</p>	<p>dan informasi</p> <p>c. Mendokumentasikan dan menjaga keberlanjutan wisata kopi</p> <p>d. Memaksimalkan penataan tempat pengolahan kopi agar dapat memberikan keamanan dan kenyamanan bagi wisatawan</p>
--	--	---

Berdasarkan matrik analisis SWOT diatas dapat diketahui bahwa terdapat 13 strategi yang dapat dilakukan untuk pengembangan pengolahan kopi arabika sebagai daya tarik wisata gastronomi di Desa Catur yang terdiri dari; empat strategi (*strength opportunities*), dua strategi (*weakness opportunities*), tiga strategi (*strength treats*) dan empat strategi (*weakness treats*).

Dari 13 strategi tersebut beberapa sudah direncanakan dan sudah berjalan, beberapa diantaranya masih direncanakan dan ada beberapa yang belum direncanakan. Kemudian dari keseluruhan strategi tersebut dapat digolongkan berdasarkan dimensi waktu pelaksanaan yakni; strategi jangka panjang, jangka menengah dan jangka pendek.

Tabel 3: Strategi Pengembangan Pengolahan Kopi Arabika Sebagai Daya Tarik Wisata Gastronomi di Desa Catur

[Sumber: Hasil Penelitian, 2021]

No	Strategi	Realisasi Strategi			Dimensi Waktu		
		Sudah Diterapkan	Sedang Direncanakan	Belum Direncanakan	Jangka Panjang	Jangka Menengah	Jangka Pendek
1	Desain konsep wisata yang berbasis pertanian (agrowisata) dan kearifan lokal.	√					√
2	Kerjasama dengan industri pariwisata baik lokal, nasional maupun internasional.	√					√
3	Menerapkan sistem teknologi informasi yang terintegrasi, dalam membangun interaksi dengan wisatawan.	√					√
4	Mengemas paket wisata edukasi kopi khusus untuk pelajar atau mahasiswa.	√					√
5	Mendesain saluran komunikasi dan promosi melalui media sosial yang menampilkan <i>coffee experience</i> di Desa Catur.	√					√

Hendrayana

6	Membuat video promosi pengolahan kopi arabika yang kreatif dan inovatif, serta di publish pada media sosial.	√		√
7	Mempromosikan atau mengiklankan aktivitas wisata petik kopi menjelang musim panen tiba.	√		√
8	Melengkapi dan memperbaiki fasilitas pendukung terkait keamanan dan kenyamanan pengunjung.		√	√
9	Mensosialisasikan dan mengedukasi generasi muda dalam menjaga dan melestarikan sektor pertanian desa.		√	√
10	Sosialisasi dan edukasi potensi wisata kepada masyarakat.	√		√
11	Mengembangkan <i>event</i> kreatif berbasis kopi yang didukung dengan mengadaptasikan perkembangan teknologi informasi.		√	√
12	Mendokumentasikan dan menjaga keberlanjutan wisata kopi.	√		√
13	Memaksimalkan penataan tempat pengolahan kopi agar dapat memberikan keamanan dan kenyamanan bagi wisatawan.		√	√

Berdasarkan Tabel 3 dapat diketahui bahwa dari 13 rumusan strategi yang ditemukan, terdapat beberapa strategi yang telah diterapkan atau direalisasikan. Sebanyak 11 strategi yang telah terealisasikan, namun dalam realisasi strategi-strategi belum dilakukan secara optimal. Salah satu strategi yang realisasinya masih belum optimal adalah mendesain saluran komunikasi dan promosi melalui media sosial yang menampilkan *coffee experience* di Desa Catur.

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian Strategi Pengembangan Pengolahan Kopi Arabika Sebagai Daya Tarik Wisata Gastronomi di Desa Catur, maka dapat

disimpulkan bahwa strategi pengembangan pengolahan Kopi Arabika penting dilakukan guna metode atau cara terbaik dalam meningkatkan ketertarikan wisatawan terhadap aktivitas kopi di Desa Catur. Strategi pengembangan pengolahan Kopi Arabika sebagai daya tarik wisata gastronomi, dilihat berdasarkan empat faktor, diantaranya; kekuatan (*strengths*), peluang (*opportunities*), (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Berdasarkan analisis keempat factor tersebut maka dapat dirumuskan 13 strategi pengembangan pengolahan kopi arabika sebagai daya tarik wisata gastronomi di Desa Catur, dari 13 strategi tersebut 11 diantaranya telah terealisasikan.

## PERNYATAAN PENGHARGAAN

Penulis menyadari banyak pihak yang telah membantu dalam penyelesaian artikel ini, maka dari itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada para narasumber dan juga seluruh masyarakat Desa Catur beserta jajaran, yang telah memberikan izin dan kesempatan untuk mencari data, bersedia memberikan data serta informasi terkait topik penelitian yang diteliti baik secara langsung maupun tidak langsung.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anom, I. P. & Suryawan, I. B. (2016). *Perkembangan dan Pengembangan Desa Wisata*. Bogor : Heriya Media.
- Bungin, B. (2007). *Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta : Prenada Media Group.
- Cooper, et. al. (1993). *Tourism Principles & Practice. England* : Longman Group Limited.
- Nurwitasari, A. (2015). *Pengaruh Wisata Gastronomi Makanan Tradisional Sunda Terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung Ke Kota Bandung*. Barista.
- Poerwanto, E. (2018). *Gastronomi, Daya Tarik Wisata Baru Bali*. <https://bisniswisata.co.id/>. diakses pada Rabu, 01 Desember 2021.
- Purnomo, S. A. & Mintorogo. D. S. (2019). Fasilitas Eduwisata Kopi di Kintamani. *Jurnal Edimensi Arsitektur*, 7 (1), Program Studi Arsitektur, Universitas Kristen Petra.
- Raharjo, P. (2012). *Kopi panduan budidaya & pengolahan kopi Arabika dan Robusta*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Rangkuti, F. (2008). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis, Reorientasi Konsep Perencanaan Strategis Untuk Menghadapi Abad 21*. Jakarta :Gramedia.
- Saputra, I G. G. (2020). Studi Pelibatan Masyarakat Lokal Dalam Pengemasan Produk Desa Wisata Catur Kintamani Bali. *Jurnal Kepariwisataaan*, 19 P
- Scarpato, R. (2002). *Gastronomy as a tourist product: The perspective fo gastronomy studies*. In A.-M. Hjalager & G. Richards (Eds.), *Tourism and gastronomy* (pp. 51-70). London & New York: Routledge - Taylor & Francis Group.
- Setiawati, E. et al. (2021). Pengembangan Kawasan Pertanian Sebagai Daya Tarik Wisata Gastronomi Pada Era New Normal Di Desa Randobawailir Kabupaten Kuningan. *Jurnal Inovasi Penelitian*. Politeknik Pariwisata Prima.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Utama, I G. B. R. (2018). Perception of European Tourist Toward Bali as Tourism Destination. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*. <https://garuda.kemdikbud.go.id>.