

POTENSI AGROWISATA KOPI BERBASIS MASYARAKAT LOKAL SEBAGAI ALTERNATIF DAYA TARIK WISATA DESA WISATA WAEREBO, MANGGARAI, NTTRoudiyan Rezky Br Manihuruk ^{a, 1}, I Made Adikampana ^{a, 2} I Gede Anom Sastrawan ^{a, 3}¹rroudiyan@gmail.com, ²adikampana@unud.ac.id, ³anom_sastrawan@unud.ac.id^a Program Studi Pariwisata Program Sarjana, Fakultas Pariwisata, Universitas Udayana, Jl. Sri Ratu Mahendradatta Bukit Jimbaran, Badung, Bali**Abstract**

Waerebo Tourism Village is one of the leading tourist destinations in East Nusa Tenggara (NTT) Province, renowned for its natural beauty and the unique architecture of its traditional Mbaru Niang houses. In addition to these attractions, the village has also begun to develop coffee agrotourism as a complementary tourism product. The development of coffee agrotourism is carried out by utilizing the available resources within the local environment. This study aims to examine the current condition of community-based coffee agrotourism in Waerebo Tourism Village, to identify internal and external factors influencing its development, and to formulate strategies that can be implemented to support its growth. To achieve these objectives, the study employs a qualitative descriptive research method through field observations, interviews, literature review, and documentation. Informants were selected using purposive sampling, while data were analyzed using qualitative descriptive techniques and SWOT analysis.

The findings indicate that the coffee agrotourism products developed by the local community meet the 5S criteria in tourism product development standards. However, coffee agrotourism has not yet become the main focus of tourism attraction development in Waerebo Village. Furthermore, the identification of internal and external factors revealed several elements that influence the development of coffee agrotourism in Waerebo, including: the village's status as a well-known tourist destination; community awareness of the importance of preserving Waerebo's culture and natural environment; fertile agricultural land; farming as the main livelihood of the local population; the community's openness to visitors; limited accommodation facilities; coffee agrotourism packages that require a relatively long length of stay; underdeveloped promotional efforts; most plantations being located far from the village and having limited access; advancements in information technology; collaborative partnerships with various stakeholders; the existence of two residential areas for the local population; the influence of technological development in agriculture; and the potential for internal conflict among local residents. The strategies formulated through the SWOT matrix analysis include: development of flexible coffee agrotourism attractions, provision of alternative accommodations, enhancement of promotional activities, implementation of an online reservation and payment system, development of creative and educational tour packages, establishment of functional working groups, and strategies for community outreach and education.

Keywords: Development Strategy, Coffee Agrotourism, Alternative Tourism Attractions, Waerebo Tourism Village

I. PENDAHULUAN

Nusa Tenggara Timur (NTT) merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki banyak destinasi wisata unik. Wilayah ini terkenal dengan keindahan alamnya seperti wilayah kepulauan yang dihiasi pantai-pantai eksotis dengan terumbu karang yang menakjubkan juga wilayah pegunungan yang memukau. Selain keindahan alamnya, NTT juga memiliki budaya yang kaya dan beragam. Tercermin dalam tradisi, seni, dan adat istiadatnya. Desa-desa dengan rumah adat yang unik menjadi bukti dari kekayaan budaya NTT. Ritual adat dan festival lokal menawarkan pengalaman budaya yang unik bagi wisatawan.

Manggarai adalah salah satu kabupaten yang berada di Provinsi Nusa Tenggara Timur, Indonesia. Desa Wisata Waerebo menjadi salah satu daerah tujuan wisata di Manggarai yang banyak digemari oleh wisatawan nusantara maupun mancanegara. Berdasarkan data dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Manggarai, Nusa Tenggara

Timur, jumlah wisatawan yang mengunjungi wilayah Manggarai sepanjang tahun 2023 mencapai 31.494 orang. Terbagi dari 11.461 wisatawan mancanegara dan 20.033 wisatawan nusantara. Dari 31.494 wisatawan yang datang berkunjung ke Manggarai, sebagian besar memilih Desa Wisata Waerebo sebagai destinasi tujuan mereka. Tercatat 10.632 orang wisatawan yang berkunjung ke Desa Wisata Waerebo (Taris dan Agmasari 2024).

Daya tarik utama Desa Wisata Waerebo adalah keindahan arsitektur rumah adat tradisional Mbaru Niang yang menjadi ikonik Desa Wisata Waerebo, keindahan alam yang memukau, budaya dan kearifan lokal masyarakat Waerebo. Pada saat berkunjung ke Desa Wisata Waerebo, wisatawan dapat menikmati keunikan dan keindahan rumah adat Mbaru Niang, pemandangan pegunungan yang menawan, menjelajahi hutan, merasakan adat istiadat yang masih terjaga, melihat kerajinan lokal, dan merasakan kehidupan sehari-hari masyarakat Waerebo. Desa Wisata Waerebo telah meraih berbagai penghargaan bergengsi. Di antaranya : Pada

tahun 2012, Desa Wisata Waerebo ditetapkan sebagai Warisan Budaya Dunia oleh UNESCO. Selain itu, desa ini meraih juara pertama dalam ajang Anugerah Desa Wisata Indonesia tahun 2021, dan pada tahun 2023 kembali memperoleh penghargaan dalam Pengelolaan Community-Based Tourism untuk periode 2023– 2025, (Caritra Indonesia 2024).

Selain daya tarik wisata budaya, Desa Wisata Waerebo memiliki potensi agrowisata yang menjanjikan, khususnya dalam pengembangan perkebunan kopi. Masyarakat Waerebo telah lama menanam dan mengolah kopi secara tradisional. Kopi merupakan komoditas utama di Desa wisata ini. Sepanjang jalan menuju Desa Wisata Waerebo, wisatawan akan banyak menemui perkebunan kopi milik masyarakat lokal. Biji kopi yang dihasilkan dari perkebunan kopi tersebut diolah dan dikemas menjadi produk kopi yang ditawarkan kepada wisatawan. Kopi Waerebo juga identik sebagai bentuk penyambutan kepada wisatawan yang berkunjung ke Desa wisata ini. Pada umumnya jenis kopi yang ditanam yaitu robusta dan arabika. Potensi agrowisata kopi ini memiliki peluang untuk dikembangkan sebagai salah satu alternatif daya tarik wisata, terutama bagi wisatawan yang memiliki minat terhadap budaya kopi dan proses pengolahannya. Benyamin Semandu selaku wakil ketua pengelola Desa Wisata Waerebo mengatakan bahwa selama ini agrowisata kopi telah dilaksanakan. Paket wisata lokal tersebut diberi nama “Trip Secangkir Kopi”. namun pelaksanaannya masih belum maksimal karena terdapat beberapa kendala yang di hadapi.

Penelitian ini akan menggali lebih dalam informasi mengenai kondisi eksisting pengembangan agrowisata kopi berbasis masyarakat di Desa Wisata Waerebo untuk mengidentifikasi sejauh mana pengembangan agrowisata kopi yang telah dilakukan oleh pihak pengelola wisata dan masyarakat lokal. Berdasarkan informasi mengenai kondisi eksisting tersebut, akan diidentifikasi juga terkait kekuatan dan kelemahan yang ada dalam pengembangan agrowisata kopi Waerebo saat ini. Selanjutnya akan dilakukan identifikasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pengembangan daya tarik agrowisata kopi di Desa Wisata Waerebo. Identifikasi faktor internal bertujuan untuk memahami kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh Desa Wisata Waerebo, sementara identifikasi faktor eksternal dilakukan untuk mengenali peluang dan ancaman yang mungkin timbul sebagai upaya mengantisipasi berbagai perubahan yang terjadi. Selain itu, akan dirumuskan beberapa strategi yang dapat diimplementasikan dalam meningkatkan efektivitas pengembangan agrowisata kopi tersebut.

Pengembangan agrowisata kopi berbasis masyarakat lokal sebagai alternatif daya tarik wisata di Waerebo memiliki urgensi yang tinggi. Perlu adanya penelitian mengenai potensi agrowisata kopi

yang dimiliki oleh Desa Wisata Waerebo. Apabila tidak dilakukan penelitian mendalam mengenai potensi agrowisata kopi Waerebo, maka akan melewatkan kesempatan yang baik dalam pengembangan daya tarik wisata di destinasi ini dan tidak ditemukannya strategi yang tepat dalam mengimplementasikan pengembangan daya tarik wisata Desa Wisata Waerebo. Penelitian ini penting dilakukan untuk meningkatkan pendapatan masyarakat lokal melalui penjualan kopi dan jasa wisata, pengembangan agrowisata juga dapat membantu melestarikan budaya lokal, seperti tradisi menanam kopi, proses pengolahan kopi, dan pengetahuan tradisional tentang kopi. Agrowisata kopi juga dapat menjadi wadah untuk meningkatkan kepedulian terhadap lingkungan, seperti menjaga kelestarian hutan dan lahan pertanian. Pemilihan Desa Wisata Waerebo sebagai lokasi penelitian didasarkan pada fakta bahwa Desa Wisata Waerebo merupakan salah satu destinasi wisata yang populer di Manggarai. Sedangkan tema pengembangan agrowisata kopi diambil karena sebagian besar masyarakat lokal Desa Wisata Waerebo berprofesi sebagai petani kopi. Selain itu, Desa Wisata Waerebo telah memiliki paket wisata lokal yang berkembang di bidang agrowisata. Namun dalam pelaksanaannya belum dilakukan secara maksimal karena dibutuhkan length of stay yang lumayan lama, minimal 3 (tiga) hari 2 (dua) malam untuk dapat menikmati paket wisata tersebut. Lama length of stay tersebut menjadi hambatan dalam pelaksanaan agrowisata ini karena jumlah home stay yang dimiliki Desa Wisata Waerebo saat ini terbatas. Sementara itu, karena perjalanan menuju destinasi ini memerlukan waktu yang cukup lama, sebagian besar wisatawan memilih untuk mengambil paket wisata dengan fasilitas menginap. Penelitian ini berperan dalam mendukung pengoptimalan daya tarik wisata Desa Wisata Waerebo dengan memanfaatkan perkebunan dan pengelolaan kopi oleh masyarakat lokal sebagai alternatif daya tarik wisata yang di tawarkan kepada wisatawan dan pengunjung yang memiliki minat khusus dalam bidang agro kopi.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini berlokasi di Desa Wisata Waerebo, Desa Satar Lenda, Kecamatan Satar Mese Barat, Kabupaten Manggarai, Nusa Tenggara Timur. Penelitian ini membahas mengenai pengaruh faktor internal dan eksternal terhadap pengembangan agrowisata kopi di wilayah tersebut, serta melakukan analisis strategi yang dapat digunakan untuk menjadikan potensi agrowisata kopi sebagai daya tarik wisata alternatif di desa ini. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif.

Dalam Penelitian ini menggunakan teori *Tourism Area Life Cycle* (TALC) yang dikembangkan oleh Richard Butler (1980). Teori ini menjelaskan

tentang siklus hidup destinasi wisata. Buttler menjelaskan bahwa destinasi wisata mengalami beberapa tahap perkembangan, mulai dari tahap penemuan hingga kemunduran. Terdapat 7 (tujuh) tahapan siklus dalam TALC, yaitu *exploration* (eksplorasi), *involvement* (keterlibatan), *development* (Pengembangan), *consolidation* (Konsolidasi), *stagnation* (stagnasi), *Decline* (penurunan), dan *rejuvenation* (peremajaan). Teori *Tourism Area Life Cycle* (TALC) dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui gambaran umum kondisi eksisting tingkat perkembangan pariwisata di Desa wisata Waerebo, guna dimanfaatkan untuk menganalisis faktor internal pengembangan pariwisatanya, dan menjadi dasar dalam perencanaan daya tarik wisata desa ini ke tahap yang lebih tinggi dengan mengambil langkah-langkah strategis sesuai dengan tahap siklus hidupnya.

Penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *Purposive sampling*. Pada penelitian ini jumlah informan yang diteliti sebanyak 5 orang. Informan tersebut terdiri dari Kepala Desa Satar Lenda, wakil ketua Pengelola Desa Wisata Waerebo, masyarakat lokal, dan wisatawan.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik observasi, wawancara, studi pustaka, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan terdiri dari analisis deskriptif kualitatif dan analisis SWOT.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa Wisata Waerebo secara administratif terletak di Desa Satar Lenda Kabupaten Manggarai. Desa Waerebo berada pada ketinggian 1.200 mdpl dan jauh dari pemukiman kampung lainnya yang ada di Desa Satar Lenda. Desa Wisata Waerebo telah lama membuka diri untuk para wisatawan. Kampung ini mulai dikenal di kalangan wisatawan mancanegara pada tahun 1997. Waerebo mulai di perkenalkan oleh wisatawan mancanegara bernama Catherine Allertone yang melakukan penelitian di kampung ini.

Kondisi Demografis Desa Wisata Waerebo

Berdasarkan data yang diperoleh dari kantor Desa Satar Lenda, jumlah penduduk ter-data yang tinggal di Desa Satar Lenda dibagi ke dalam lima dusun, sebagai berikut.

1. Tabel Data Demografi Desa Satar Lenda Tahun 2025

No.	Dusun	Laki-Laki (L)	Perempuan (P)	L+P	Jumlah KK
1.	Dusun Paka	269	270	539	132
2.	Dusun Nikeng	265	281	546	137
3.	Dusun Kombo	329	336	665	163
4.	Dusun Lenggós	231	215	446	108
5.	Dusun Bandang	182	218	400	106
Jumlah		1.276	1.320	2.596	646

(Sumber: Kantor Desa Satar Lenda, 2025)

Data di atas merupakan data yang diambil per bulan Januari 2025. Total keseluruhan penduduk yang tinggal di Desa Satar Lenda sebanyak 646 Kepala Keluarga (KK), yang terbagi dari 1.276 laki-laki dan 1.320 perempuan.

Desa Wisata Waerebo masuk ke dalam Dusun Kombo. Sebagian masyarakat lokal Waerebo tidak tinggal menetap di Desa Wisata Waerebo. Mereka memiliki dua rumah. Rumah utama berada di Desa Wisata Waerebo, sedangkan rumah keduanya berada di Dusun Kombo. Para anak-anak yang sedang menempuh pendidikan, yang sedang sakit, juga perempuan yang sedang mengandung, disarankan untuk tetap tinggal di Dusun Kombo. Sumber mata pencaharian utama masyarakat lokal Waerebo adalah petani. Pada umumnya masyarakat lokal Waerebo menanam kopi, cengkeh dan umbi-umbian. Sedangkan para ibu rumah tangga bekerja menenun, masak, dan tidak jarang juga membantu para pria untuk bekerja di kebun.

Tingkat Kunjungan Wisatawan ke Desa Wisata Waerebo

Berdasarkan data yang diperoleh dari Kantor Sekretariat Desa Wisata Waerebo, dapat dilihat tingkat kunjungan wisatawan yang berkunjung ke Desa Wisata Waerebo seperti pada tabel di bawah ini.

2. Tabel Data Kunjungan Wisatawan Tahun 2022-2024

NO	BULAN	2022		2023		2024	
		N	M	N	M	N	M
1.	Januari	267	11	294	94	425	195
2.	Februari	243	6	228	98	364	184
3.	Maret	204	27	237	184	328	233
4.	April	122	57	544	223	648	289
5.	Mei	1.002	50	448	325	336	962
6.	Juni	664	80	747	310	367	713
7.	Juli	656	170	649	531	785	643
8.	Agustus	604	155	489	811	756	655
9.	September	732	215	425	726	792	462
10.	Oktober	496	225	446	392	628	431
11.	November	0	0	333	269	449	281
12.	Desember	802	54	476	132	190	143
Total		5.792	1.050	5.316	4.095	6.068	5.191
		6.842		9.411		11.259	

Keterangan :
N = Nusantara
M = Mancanegara

(Sumber: Kantor Sekretariat Pengelola Wisata Waerebo, 2025)

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa tingkat kunjungan wisatawan ke Waerebo setiap tahun mengalami peningkatan. Tingkat kunjungan wisatawan paling tinggi berada pada tahun 2024 sebanyak 11.259 wisatawan dengan rincian 6.068 wisatawan nusantara dan 5.191 wisatawan mancanegara. Angka kenaikan tingkat kunjungan

tersebut membuktikan bahwa Desa Wisata Waerebo merupakan destinasi wisata yang banyak digemari oleh wisatawan nusantara maupun mancanegara

Kondisi Eksisting Agrowisata Kopi Berbasis Masyarakat di Desa Wisata Waerebo

Agrowisata kopi bukan merupakan daya tarik utama di Desa Wisata Waerebo. Agrowisata kopi merupakan daya tarik wisata yang dikembangkan berdasarkan potensi yang dimiliki oleh Desa Waerebo dengan mempertimbangkan sumber mata pencaharian utama masyarakat lokalnya. Masyarakat Waerebo menggantungkan hidup pada sektor pertanian. Pada umumnya masyarakat Waerebo menanam kopi, cengkeh, kayu manis, fanili, dan umbi-umbian. Komoditas utama di kampung ini adalah pertanian kopi. Pertanian kopi Waerebo memiliki potensi besar untuk dikemas menjadi alternatif daya tarik wisata kampung ini. Sesuai dengan hasil wawancara yang dilakukan dengan pihak pengelola dan masyarakat lokal, dari sekian ribu wisatawan yang berkunjung ke Desa Wisata Waerebo, tidak sedikit wisatawan yang bertanya dan ingin melihat proses pengolahan kopi Waerebo. Namun sebagian besar dari wisatawan tersebut tidak dapat menikmati paket wisata lokal ini dikarenakan tidak cukup waktu untuk menikmatinya. Rata-rata wisatawan yang berkunjung hanya mengambil paket 2 hari 1 malam. Di mana pada hari pertama mereka melakukan pendakian dan kemudian setelah sampai di desa ini, wisatawan akan makan dan beristirahat sambil menikmati keindahan alam di Waerebo. Sementara di hari kedua, wisatawan biasanya sarapan, berfoto-foto dan kemudian siap-siap untuk melakukan perjalanan menuruni bukit. Sehingga wisatawan tidak memiliki waktu untuk menikmati paket agrowisata kopi tersebut.

Paket agrowisata kopi Desa Waerebo biasanya ditawarkan secara langsung oleh masyarakat lokal kepada wisatawan yang mengambil paket wisata menginap yang cukup lama di desa ini. Sehingga wisatawan memiliki waktu untuk berkeliling kebun kopi dan melihat proses pengolahan kopi oleh masyarakat lokal. Setiap proses kegiatan agrowisata kopi ini dilakukan secara tradisional sehingga wisatawan dapat merasakan bagaimana kehidupan sehari-hari masyarakat waerebo. Petani Waerebo memiliki berbagai jenis kopi yang ditanam di kebun mereka. Pada umumnya ada 2 jenis kopi, yaitu robusta dan arabika. Kopi arabika panen pada bulan Juni hingga Agustus dan kopi robusta panen pada bulan Oktober hingga November. Memiliki musim panen yang berbeda memungkinkan wisatawan dapat mengambil paket wisata lokal secara lengkap mulai dari panen hingga produksi bubuk kopi terhitung dari bulan Juni hingga November.

Yoeti (1985) mendefinisikan kegiatan wisata menjadi tiga faktor, yaitu *Something to see*, *something to do*, dan *something to buy*. Selain itu,

terdapat juga dua faktor lainnya sebagai perluasan nilai edukatif dan sosial dari pengalaman yang didapatkan selama berwisata, yaitu *something to learn* dan *something to share*. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, maka faktor 5S dalam pengembangan daya tarik agrowisata kopi di Desa Wisata Waerebo dapat didefinisikan sebagai berikut.

1) *Something to See*

Something to see, terkait dengan atraksi wisata di destinasi tersebut. Suatu objek wisata harus mempunyai sesuatu yang dapat dilihat atau dijadikan tontonan oleh pengunjung. Dalam pengembangan agrowisata kopi ini, yang termasuk ke dalam *something to see* adalah hamparan kebun kopi yang luas, proses pengolahan kopi, kehidupan dan budaya bertani kopi secara tradisional.

2) *Something to Do*

Something to do terkait dengan aktivitas yang dapat dilakukan oleh wisatawan di destinasi wisata. Dalam pengembangan agrowisata kopi ini, terdapat sejumlah aktivitas yang bisa dilakukan oleh wisatawan, seperti mengikuti tur edukatif di kebun kopi, berpartisipasi dalam proses pemanenan dan pengolahan biji kopi, serta menikmati cita rasa kopi khas Waerebo.

3) *Something to Buy*

Something to buy berkaitan dengan souvenir yang akan dibeli oleh wisatawan dari destinasi wisata. Adapun dari hasil agrowisata kopi ini, wisatawan dapat membeli biji kopi yang diproduksi langsung dari Waerebo sehingga wisatawan dapat menikmati rasa kopi khas Waerebo bahkan ketika wisatawan sudah kembali ke tempat asalnya. Masyarakat lokal Waerebo menjual kopi kemasan berupa kopi yang sudah menjadi bubuk, dan ada juga kopi kemasan yang masih dalam bentuk biji yang sudah disangrai.

4) *Something to Learn*

Something to learn berkaitan dengan pengetahuan dan edukasi yang didapatkan oleh wisatawan dari kegiatan yang dilakukan selama berwisata. Adapun dalam pelaksanaan agrowisata ini wisatawan dapat belajar secara langsung mengenai sejarah kopi Waerebo, berbagai tahap dalam budidaya kopi dan produksi hasil panen kopi secara tradisional. Dalam pelaksanaan agrowisata kopi di Desa Wisata Waerebo, wisatawan tidak hanya mendapatkan ilmu secara teoritis tetapi dapat mempraktikkan langsung setiap proses dalam budidaya kopi.

5) *Something to Share*

Something to share berkaitan dengan pengalaman yang dibagikan oleh wisatawan kepada orang lain serta sebagai bentuk promosi destinasi secara tidak langsung melalui cerita atau media sosial. Setelah mengikuti kegiatan agrowisata kopi di Desa Wisata Waerebo, wisatawan dapat membagikan pengalaman autentik terkait proses dan budaya kopi kepada keluarga, teman, maupun komunitasnya, baik secara langsung ataupun melalui postingan di sosial media.

Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal dalam Pengembangan Daya Tarik Agrowisata Kopi Desa Wisata Waerebo

A. Faktor Internal

Faktor internal merujuk pada unsur-unsur yang berasal dari dalam sistem, organisasi, atau individu yang memiliki pengaruh terhadap kinerja, pengambilan keputusan, maupun hasil yang dicapai. Faktor-faktor ini berada dalam kendali dan dapat dikelola. Dalam konteks penelitian ini, yang termasuk faktor internal adalah kekuatan (*Strength*) dan kelemahan (*Weakness*).

Kekuatan (*Strength*)

Yang dimaksud kekuatan dalam penelitian ini adalah segala sesuatu yang menjadi nilai lebih yang dimiliki Desa Wisata Waerebo yang dapat dijadikan sebagai faktor pendukung pengembangan agrowisata kopi sebagai alternatif daya tarik wisata di kampung ini. Adapun yang menjadi kekuatan Desa Wisata Waerebo dalam mengembangkan agrowisata kopi adalah: (a) destinasi wisata yang sudah sangat terkenal, (b) masyarakat sadar akan pentingnya menjaga budaya dan alam Waerebo, (c) memiliki lahan pertanian yang subur, (d) sumber mata pencaharian utama masyarakat lokal yaitu bertani, (e) masyarakat lokal sangat terbuka terhadap wisatawan, (f) masyarakat lokal memiliki pengetahuan yang baik dalam bertani dan produksi hasil kopi sendiri, (g) memiliki kopi berkualitas tinggi dan rasa yang khas, dan (h) memiliki sosial media yang aktif

Kelemahan (*Weakness*)

Yang dimaksud kelemahan dalam penelitian ini adalah segala sesuatu yang berasal dari dalam dan dapat menghambat keberhasilan pengembangan agrowisata kopi Waerebo. Adapun hal-hal yang menjadi kelemahan dari Desa Wisata Waerebo adalah: (a) ruang penginapan yang terbatas hanya dapat menampung sekitar 50 orang wisatawan, (b) dibutuhkan *length of stay* yang cukup lama untuk dapat menikmati paket wisata lokal "Trip Secangkir Kopi" setidaknya 3 hari 2 malam, (c) Promosi pekt wisata lokal yang belum maksimal, dan (d) sebagian besar masyarakat memiliki lahan perkebunan yang jauh dan akses yang tidak mudah dilalui oleh orang awam sehingga kurang direkomendasikan untuk

para wisatawan, sementara itu ntuk mengembangkan agrowisata kopi yang aman bagi wisatawan pengelola perlu mempertimbangkan letak dan kondisi perkebunan yang cocok untuk di kunjungi oleh wisatawan

B. Faktor Eksternal

Faktor eksternal merupakan faktor yang berasal dari luar suatu sistem, organisasi, atau individu, yang dapat mempengaruhi kinerja, keputusan, atau hasil dalam pengembangan agrowisata kopi berbasis masyarakat lokal di Desa Wisata Waerebo. Adapun pada analisis SWOT yang termasuk ke dalam faktor eksternal yaitu *opportunity* dan *threat*.

Peluang (*Opportunity*)

Peluang merupakan suatu keadaan yang dapat dimanfaatkan dan akan mendatangkan keuntungan dalam pengembangan agrowisata kopi di Desa Wisata Waerebo. Adapun peluang yang dapat dimanfaatkan adalah: (a) kemajuan teknologi informasi yang dapat dimanfaatkan untuk memperkenalkan dan mempromosikan agrowisata kopi sebagai alternatif daya tarik wisata bagi wisatawan yang ingin mencoba hal berbeda dari desa wisata lainnya, (b) hubungan kerja sama dengan berbagai pihak diantaranya pemerintah daerah, dinas pariwisata, dan koprasi *Classic Bean*, dan (c) dua lokasi tempat tinggal yang dimiliki masyarakat lokal Desa Waerebo yang dapat dimanfaatkan sebagai pengembangan alternatif penginapan.

Ancaman (*Threat*)

Ancaman adalah faktor eksternal yang jika tidak diantisipasi, dapat menimbulkan dampak negatif. Kondisi ini dapat menghambat kelancaran proses pengembangan agrowisata kopi yang telah direncanakan. Adapun hal-hal yang menjadi ancaman dalam pengembangan agrowisata kopi ini adalah: (a) pengaruh perkembangan teknologi di bidang pertanian yang dapat mengurangi nilai keaslian budaya lokal dalam bertani kopi yang menjadi penarik bagi wisatawan, dan (b) potensi konflik internal antar masyarakat lokal.

Perumusan Strategi Pengembangan Agrowisata Kopi Berbasis Masyarakat Lokal sebagai Alternatif Daya Tarik Wisata Desa Wisata Waerebo

Pada penelitian ini, untuk menentukan strategi yang tepat dalam mengembangkan agrowisata kopi berbasis masyarakat lokal sebagai alternatif daya tarik wisata di Desa Wisata Waerebo, perlu diketahui terlebih dahulu bagaimana siklus pariwisata di Desa Wisata Waerebo yang akan diidentifikasi menggunakan *Teori Tourism Area Life Cycle* (TALC), kemudian akan dilanjutkan dengan merumuskan strategi pengembangan daya tarik agrowisata kopi berbasis masyarakat lokal di Desa Wisata Waerebo menggunakan matriks analisis

SWOT. Pendekatan ini dinilai tepat karena mampu menganalisis strategi yang dapat diterapkan berdasarkan identifikasi faktor internal dan eksternal yang sudah dijabarkan sebelumnya. Hasil analisis SWOT akan diinterpretasikan untuk menghasilkan strategi yang tepat sasaran. Strategi ini akan difokuskan pada bagaimana memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada, sekaligus meminimalisir kelemahan dan ancaman. Dengan demikian pengembangan agrowisata kopi di Waerebo dapat diarahkan menuju keberhasilan yang berkelanjutan menyesuaikan dengan kondisi daya tarik agrowisata kopi di Desa Waerebo saat ini.

A. Tahap Pengembangan Pariwisata di Desa Wisata Waerebo Berdasarkan Teori TALC

Melihat dari tahap siklus hidup pariwisata di Desa Wisata Waerebo saat ini yang dikaji melalui Teori Tourism Area Life Cycle (TALC), daya tarik agrowisata kopi Desa Waerebo berada di tahap keterlibatan (*involvement*). Tahap keterlibatan merupakan tahap kedua dalam pengembangan pariwisata. pada tahap ini terdapat ciri-ciri pariwisata yang dikembangkan dan dikontrol penuh oleh masyarakat lokal. Terlihat juga inisiatif yang tinggi dari masyarakat lokal Desa Wisata Waerebo dalam mengembangkan pariwisata desa ini. Pihak pengelola Desa Wisata Waerebo juga telah melakukan promosi melalui sosial media dalam mempromosikan pariwisata Desa Wisata Waerebo. lebih jelasnya lagi, dapat dilihat kecocokan antara kondisi eksisting Desa Wisata Waerebo dengan indikator-indikator fase keterlibatan TALC, sebagai berikut.

3. TABEL KECOCOKAN KONDISI PARIWISATA DI DESA WISATA WAEREBO DENGAN INDIKATOR TAHAPAN INVOLVEMENT TALC

No.	Indikator tahapan <i>Involvement</i> TALC	Kondisi Desa Wisata Waerebo saat ini	
1.	Adanya kontrol dari masyarakat lokal	Desa Wisata Waerebo sudah 20 tahun menjadi destinasi wisata budaya yang populer di NTT. Hingga saat ini pihak yang memiliki kontrol penuh dalam pengembangan pariwisata di Desa Wisata Waerebo adalah masyarakat lokal desa ini. Masyarakat lokal sepenuhnya terlibat dalam setiap tahap perencanaan hingga pelaksanaan pariwisata di desa ini. Seluruh pengelola pariwisata Desa Wisata Waerebo, mulai dari anggota hingga ketua pengelola, semuanya berasal dari masyarakat lokal Desa Waerebo.	✓
2.	Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan	Setiap tahun kunjungan wisatawan ke Desa Wisata Waerebo mengalami peningkatan. Baik kunjungan wisatawan nusantara maupun mancanegara.	✓
3.	Adanya inisiatif dari masyarakat lokal untuk membangun daerahnya.	Masyarakat lokal Desa Wisata Waerebo memiliki inisiatif yang tinggi dalam mengembangkan pariwisata Desa Waerebo. hal ini dapat dilihat langsung di lapangan bahwa masyarakat lokal Waerebo memiliki inisiatif dalam mendukung pariwisata Desa Waerebo, contohnya masyarakat lokal inisiatif dalam membuat kerajinan tenun untuk dijadikan souvenir bagi wisatawan, masyarakat lokal bergotong royong dalam memperbaiki jalan pada saat kejadian longsor di area pendakian menuju Waerebo yang terjadi pada bulan Januari 2025, dan masih banyak lagi.	✓
4.	Peran pemerintah dan masyarakat lokal mulai terlihat dengan memberikan kontribusi dalam penyediaan fasilitas dan interaksi dengan wisatawan untuk akses masuk meski dalam skala terbatas	Saat ini akses masuk menuju Waerebo sedikit demi sedikit mengalami kemajuan. Mulai terdapat fasilitas yang memadai untuk membantu kebutuhan wisatawan saat ingin melakukan kunjungan ke desa ini. Sudah terdapat lahan parkir, pos pendakian, jalan pendakian yang sudah mulai dibangun dan mempermudah pendakian, toilet, dll.	✓
5.	Promosi-promosi berskala kecil mulai dilaksanakan.	Pihak pengelola Desa Wisata Waerebo melakukan promosi melalui instagram, <i>website</i> , dan juga kerja sama yang dijalin dengan pihak <i>travel agent</i> Labuan Bajo.	✓

(Sumber: Data telah diolah dari hasil penelitian, 2025)

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, diketahui bahwa pariwisata di Desa Wisata Waerebo sudah mulai menunjukkan adanya perubahan fase. Di mana, Desa Wisata Waerebo mulai terbuka secara fisik, fasilitas penunjang pariwisata semakin memadai, dan sudah ada organisasi pariwisata yang mendukung pengembangan pariwisata di Desa Waerebo.

B. Analisis Strategi Pengembangan Alternatif Daya Tarik Agrowisata Kopi Berbasis Masyarakat Lokal Desa Wisata Waerebo Menggunakan Matriks SWOT

Strategi pengembangan alternatif daya tarik wisata merupakan salah satu strategi yang digunakan untuk memanfaatkan semaksimal mungkin potensi yang telah dimiliki oleh Desa Wisata Waerebo, baik berupa sumber daya alam ataupun sumber daya manusianya. Tujuan dari dibuatnya strategi pengembangan alternatif daya tarik wisata ini adalah untuk menyediakan pilihan kegiatan wisata yang beragam dan berkesan bagi wisatawan, memperkenalkan budaya bertani dan mengolah kopi secara tradisional, meningkatkan potensi revisit ke Desa Wisata Waerebo, serta meningkatkan nilai komersil dari kampung ini dengan memanfaatkan

sebaik-baiknya sumber mata pencaharian utama masyarakat Waerebo.

Pengembangan alternatif daya tarik wisata Desa Wisata Waerebo terkait dengan agrowisata kopi telah diawali dengan menguraikan faktor-faktor internal dan eksternal-nya. kemudian dilanjutkan dengan menganalisis strategi yang akan diperoleh menggunakan matriks analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat) untuk merumuskan beberapa alternatif strategi yang sesuai dengan situasi dan kondisi pariwisata Desa Wisata Waerebo. Dalam menganalisis strategi menggunakan analisis matriks SWOT, telah disajikan beberapa strategi pengembangan yang dapat dilakukan untuk mengembangkan agrowisata kopi sebagai alternatif daya tarik wisata di Desa Wisata Waerebo. Adapun beberapa alternatif yang telah disusun yaitu ; (1) Strategi pengembangan daya tarik agrowisata kopi fleksibel, (2) Strategi pengembangan alternatif penginapan, (3) Strategi pengembangan promosi, (4) Strategi pengembangan sistem reservasi dan pembayaran online, (5) Strategi pengembangan paket wisata edukasi dan kreatif, (6) Strategi pembentukan kelompok kerja fungsional, (7) Strategi sosialisasi dan edukasi terhadap masyarakat lokal. Adapun setiap strategi yang akan digunakan dalam pengembangan agrowisata kopi berbasis masyarakat sebagai alternatif daya tarik wisata Desa Wisata Waerebo dapat diuraikan sebagai berikut:

Strategi *Strenght-Opportunity* (S-O)

Strategi *Strength-Opportunity* merupakan strategi yang diambil dengan memanfaatkan potensi yang ada untuk meraih peluang. Oleh karena itu untuk menghasilkan strategi yang tepat dalam pengembangan agrowisata kopi berbasis masyarakat lokal sebagai alternatif daya tarik wisata Desa Wisata Waerebo, perlu memiliki kesadaran dan memahami semua potensi yang dimiliki untuk memanfaatkan segala peluang yang ada dengan sebaik-baiknya.

Strategi *Strenght-Threat* (S-T)

Strategi *Stregth-Threat* merupakan strategi yang dibuat dengan menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman, dalam penelitian ini dihasilkan strategi pengembangan paket wisata edukasi dan kreatif, serta strategi pembentukan kelompok kerja fungsional.

Strategi *Weakness-Opportunitu* (W-O)

Strategi *Weakness-Opportunity* digunakan untuk mengatasi kelemahan untuk meraih peluang. Adapun strategi W-O yang telah ditemukan dalam penelitian ini adalah strategi pengembangan alternatif penginapan, strategi pengembangan promosi, Strategi pengembangan sistem reservasi dan bayar online.

Strategi *Weakness-Threat* (W-T)

Strategi *Weakness-Threat* merupakan strategi yang ditemukan dengan meminimalkan kelemahan untuk menghadapi ancaman. Dalam penelitian ini

ditemukan strategi sosialisasi dan edukasi terhadap masyarakat lokal.

4. ANALISIS MATRIKS SWOT PENGEMBANGAN ALTERNATIF DAYA TARIK WISATA DESA WISATA WAEREBO

Internal/Eksternal	<i>Strengths</i> (S) Kekuatan	<i>Weakness</i> (W) Kelemahan
	1. Destinasi wisata yang sudah sangat terkenal 2. Masyarakat sadar akan pentingnya menjaga budaya dan alam Waerebo 3. Memiliki lahan pertanian yang subur 4. Sumber mata pencaharian utama masyarakat lokal yaitu bertani 5. Masyarakat lokal sangat terbuka terhadap wisatawan 6. Masyarakat lokal memiliki pengetahuan yang baik dalam bertani dan produksi hasil kopi sendiri 7. Memiliki kopi berkualitas tinggi dan rasa yang khas 8. Memiliki sosial media yang aktif	1. Ruang penginapan yang terbatas 2. Dibutuhkan <i>length of stay</i> yang cukup lama untuk dapat menikmati paket wisata lokal "Trip Secangkir Kopi" 3. Promosi "Trip Secangkir Kopi" yang belum maksimal 4. Sebagian besar masyarakat memiliki lahan perkebunan yang jauh dan akses yang tidak direkomendasikan kepada wisatawan
<i>Opportunities</i> (O) Peluang	<i>Strategi S-O</i> 1. Strategi pengembangan daya tarik agrowisata kopi fleksibel (S1,S2,S3,S4,S5,S6,S7,S8, O1, O2)	<i>Strategi W-O</i> 1. Strategi pengembangan alternatif penginapan (W1,W2,O2,O3) 2. Strategi pengembangan promosi (W3,O1,O2) 3. Strategi pengembangan sistem reservasi dan pembayaran online (W1,W2,O1)
<i>Threats</i> (T) Ancaman	<i>Strategi S-T</i> 1. Strategi mengembangkan paket wisata edukasi dan kreatif (S2,S3,S4,S6,S7,T1) 2. Strategi pembentukan kelompok kerja fungsional (S6,T2)	<i>Strategi W-T</i> 1. Strategi sosialisasi dan edukasi terhadap masyarakat lokal (W4,T2)

(Sumber: Data telah diolah dari hasil penelitian, 2025)

Program Pengembangan Agrowisata Kopi Berbasis Masyarakat Lokal sebagai Alternatif Daya Tarik Wisata Desa Wisata Waerebo

Beberapa program yang dapat disusun berdasarkan hasil analisis strategi yang telah dilakukan antara lain adalah sebagai berikut.

Program Strategi Pengembangan Daya Tarik Wisata Agrowisata Kopi Berbasis Masyarakat Lokal yang fleksibel (S-O)

Berdasarkan strategi Strength-Opportunity untuk mengembangkan daya tarik wisata agrowisata kopi berbasis masyarakat di Desa Wisata Waerebo, terdapat satu strategi yang dapat diaplikasikan yaitu strategi pengembangan daya tarik agrowisata kopi fleksibel. Berikut ini merupakan penjabaran program yang akan dilakukan terhadap pengembangan daya tarik wisata agrowisata kopi berbasis masyarakat di Desa Wisata Waerebo, seperti : Membuat sebuah program paket agrowisata yang menarik dan

fleksibel, Program pelatihan SDM lokal dalam mengembangkan agrowisata kopi, dan Program konten virtual tour.

Program Pengembangan dari Strategi S-T. Berdasarkan analisis strategi *Strength-Threat*, diperoleh strategi yang dapat diterapkan dalam upaya pengembangan agrowisata kopi di Desa Wisata Waerebo. Dengan memanfaatkan potensi yang ada untuk menghadapi ancaman yang mungkin terjadi, maka dihasilkan dua strategi yaitu strategi pengembangan paket wisata edukasi dan kreatif dan strategi pembentukan kelompok kerja fungsional.

Strategi pengembangan paket wisata edukasi dan kreatif. Adapun program yang dapat dibuat, yaitu : Mengadakan pelatihan kepada *tour guide* lokal, Mengadakan atraksi agrowisata kopi yang interaktif dan kreatif, Mengadakan program pemberdayaan kelompok tani, dan, Membuat konten menarik di media sosial.

Strategi pembentukan kelompok kerja fungsional. Adapun program yang dapat dibuat, yaitu : Membagi beberapa masyarakat lokal ke dalam beberapa kelompok kerja, Mengadakan program pelatihan masyarakat lokal berdasarkan kelompok kerja fungsional, dan Mengadakan program evaluasi

Program Pengembangan dari Strategi W-O. Berdasarkan dari hasil analisis strategi *Weakness-Opportunity* dengan upaya mengatasi kelemahan untuk meraih peluang, maka ditemukan tiga strategi yang dapat diimplementasikan, yaitu strategi pengembangan alternatif penginapan, strategi pengembangan promosi, strategi pengembangan sistem reservasi dan pembayaran online. Berikut penjabaran strategi-strategi tersebut adalah sebagai berikut

Strategi pengembangan alternatif penginapan. Adapun program yang dapat dilaksanakan, yaitu : Membuat pengembangan *homestay* di desa sekitar bawah kaki bukit, Melakukan kerja sama dengan masyarakat sekitar kaki bukit. Strategi pengembangan promosi. Adapun program yang dapat dilakukan, yaitu : Pembuatan video promosi agrowisata dengan memanfaatkan kemajuan teknologi, Melakukan kerja sama dengan biro perjalanan, Melakukan promosi online, dan membuat *event* dan aktivitas yang menarik. Strategi pengembangan sistem reservasi dan pembayaran online. Adapun program yang dapat dilaksanakan, yaitu : Program pengembangan website reservasi, Membuat sistem pembayaran online yang aman dan mudah, Mengembangkan sistem manajemen reservasi yang efektif, Membuat sistem notifikasi dan konfirmasi kepada wisatawan yang sudah melakukan reservasi dan bayar online, dan Membuat program pengembangan aplikasi *mobile* untuk melakukan reservasi dan pembayaran yang dapat dengan mudah diakses melalui *hand phone*.

Program Pengembangan dari Strategi W-T. Kelemahan merupakan faktor dari dalam yang

berpotensi menjadi hambatan dalam pelaksanaan suatu rencana atau program. Sedangkan ancaman adalah faktor eksternal yang dapat mempengaruhi pengembangan alternatif daya tarik wisata agrowisata kopi ini. Oleh karena itu, dibutuhkan strategi yang bertujuan untuk meminimalkan kelemahan untuk menghadapi ancaman. Adapun strategi yang telah dirancang berdasarkan hasil penelitian ini yaitu strategi sosialisasi dan edukasi terhadap masyarakat lokal. Strategi ini dibuat untuk menghindari terjadinya konflik antar masyarakat lokal dengan adanya pengembangan agrowisata kopi di beberapa perkebunan masyarakat yang dianggap layak untuk dijadikan sebagai tempat pelaksanaan agrowisata ini. Adapun program yang dapat dilakukan yaitu dengan mengadakan program sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat lokal tentang tujuan pengembangan agrowisata kopi dan hal-hal yang mendasari pemilihan lokasi pelaksanaan agrowisata tersebut.

IV. KESIMPULAN

Simpulan

Dengan melihat hasil penelitian yang telah dibahas, dapat disimpulkan bahwa agrowisata kopi Desa Wisata Waerebo saat ini dapat dikatakan cukup baik. Sudah terdapat paket agrowisata lokal yang diberi nama "Trip Secangkir Kopi". Paket agrowisata kopi Waerebo sudah memenuhi kriteria atraksi wisata karena sudah memenuhi aspek 5S, yaitu *something to see, something to do, something to buy, something to learn, dan something to share*. Namun pelaksanaan agrowisata kopi ini belum berjalan maksimal karena masih diperlukan persiapan yang matang untuk mengembangkan alternatif daya tarik wisata ini ditengah-tengah pengembangan wisata budaya yang ada di Desa Wisata Waerebo.

Terdapat beberapa hal yang mempengaruhi pengembangan agrowisata kopi di Desa Wisata Waerebo yang dibagi menjadi dua faktor, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal atau faktor yang berasal dari dalam suatu sistem atau organisasi yang masih dapat dikendalikan. Faktor internal dibagi menjadi 2 (dua), yaitu kekuatan (*Strenght*) dan kelemahan (*Weakness*). Hal-hal yang menjadi kekuatan dalam pengembangan agrowisata kopi di Desa Waerebo di antaranya; Destinasi wisata yang sudah sangat terkenal, kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga budaya dan alam Waerebo, memiliki lahan pertanian yang subur, sumber mata pencaharian utama masyarakat lokal yaitu bertani, masyarakat lokal sangat terbuka terhadap wisatawan, masyarakat lokal memiliki pengetahuan yang baik dalam bertani dan produksi hasil kopi sendiri, memiliki kopi berkualitas tinggi dan rasa yang khas, dan memiliki sosial media yang aktif.

Adapun hal-hal yang menjadi kelemahan dalam pengembangan agrowisata kopi ini adalah; ruang penginapan yang terbatas, membutuhkan

length of stay yang cukup lama untuk dapat menikmati paket agrowisata kopi, promosi “Trip Secangkir Kopi” yang belum maksimal, sebagian besar masyarakat lokal memiliki lahan pertanian yang jauh dan akses yang tidak mudah dilalui sehingga tidak direkomendasikan untuk para wisatawan. Sementara itu, faktor eksternal atau faktor yang berasal dari luar suatu sistem atau organisasi yang mempengaruhi kinerja, keputusan, atau hasil. Faktor eksternal merupakan faktor yang tidak dapat dikendalikan. Faktor eksternal dalam pengembangan agrowisata kopi berbasis masyarakat di Desa Wisata Waerebo dibagi menjadi 2 (dua), yaitu peluang (*Opportunity*) dan Ancaman (*Threat*). Adapun hal-hal yang menjadi peluang dalam pengembangan agrowisata kopi ini di antaranya; kemajuan teknologi informasi, hubungan kerja sama dengan berbagai pihak, dua lokasi tempat tinggal yang dimiliki masyarakat lokal Desa Waerebo saat ini. Sementara itu, hal-hal yang menjadi ancaman dalam pengembangan agrowisata kopi Desa Waerebo yaitu; pengaruh perkembangan teknologi di bidang pertanian dan potensi konflik internal antara masyarakat lokal.

Berdasarkan hasil analisis matriks SWOT, dihasilkan 7 (tujuh) strategi yang dapat diimplementasikan dalam pengembangan agrowisata kopi Waerebo. Adapun strategi yang dapat dirumuskan dengan mempertimbangkan faktor internal, faktor eksternal, dan juga tahap pengembangan pariwisata di Desa Waerebo saat ini, maka ditemukan strategi di antaranya; strategi pengembangan daya tarik agrowisata kopi, strategi pengembangan alternatif penginapan, strategi pengembangan promosi, strategi pengembangan sistem reservasi dan pembayaran online, strategi pengembangan paket wisata edukasi dan kreatif, strategi pembentukan kelompok kerja fungsional, serta strategi sosialisasi dan edukasi terhadap masyarakat lokal.

Saran

Sebagai fasilitator, pemerintah disarankan ikut meningkatkan dukungan terhadap pengembangan agrowisata kopi dengan membantu menyediakan fasilitas yang dibutuhkan seperti alternatif *homestay* dan membantu menyediakan pelatihan sesuai dengan level pariwisata Waerebo saat ini untuk meningkatkan kapasitas masyarakat lokal dalam mengelola dan mengembangkan potensi daya tarik wisata yang dimiliki. Diperlukan juga adanya kerja sama antar pihak pengelola dan *investor* dengan masyarakat lokal dalam pengembangan pariwisata untuk memastikan keberlanjutan dan keaslian produk wisata, mengembangkan paket wisata yang terintegritas dan ramah lingkungan untuk meningkatkan kualitas pengalaman wisatawan, dan lebih meningkatkan promosi daya tarik agrowisata

kopi Waerebo melalui media online dan offline untuk meningkatkan kesadaran dan minat wisatawan.

Masyarakat lokal diharapkan untuk tetap berpartisipasi aktif dalam pengembangan pariwisata guna memastikan keberlanjutan dan manfaat ekonomi yang adil. Masyarakat lokal juga diharapkan untuk mengembangkan keterampilan dan pengetahuan tentang pariwisata untuk meningkatkan kualitas layanan dan produk wisata, serta melestarikan budaya dan lingkungan untuk menjaga keaslian dan keunikan Desa Wisata Waerebo. Peneliti selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian lebih lanjut tentang dampak pengembangan alternatif daya tarik wisata agrowisata kopi berbasis masyarakat terhadap daya tarik utama pariwisata Waerebo, menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan pengembangan alternatif daya tarik wisata agrowisata kopi, dan mengembangkan studi tentang strategi pengembangan alternatif daya tarik agrowisata kopi di Desa Wisata Waerebo.

DAFTAR PUSTAKA

- Amerta, I Made Suniastha. Pengembangan Pariwisata Alternatif. Scopindo Media Pustaka, 2019.
- Aulia, S. A. Dwi Rara Atma, Nurdin Nara, dan Hamsinah Djaing. "Tipologi Partisipasi Masyarakat dalam Program Desa Wisata : Studi Kasus Desa Timusu." Development Policy and Management Review (DPMR), 2024.
- Bastian, Yudi. "Implikasi Trend Wisata Alternatif Terhadap Sosial Ekonomi Masyarakat di Desa Wisata Tista, Kabupaten Tabanan." Badung, 2023.
- Caritra Indonesia. Di Balik Atap Kerucut Wae Rebo: Kisah Perempuan dan Pembangunan Berkelanjutan. 2024. <https://www.caritra.org/2024/12/24/dibalik-atap-kerucut-wae-rebo-kisah-perempuan-dan-pembangunanberkelanjutan/> (diakses Januari 27, 2025).
- Fatimah, Fajar Nur'aini Dwi. Teknik Analisis SWOT. Anak Hebat Indonesia, 2016.
- Febriandhika, Ikke, dan Teguh Kurniawan. "Membingkai Konsep Pariwisata yang Berkelanjutan Melalui Community-Base Tourism: Sebuah Review Literatur." Public Sector Innovation, 2019: 50-56.
- Helpiastuti, Selfi Budi. "Pengembangan Destinasi Pariwisata Kreatif Melalui Pasar Lumpur (Analisis Wacana Grand Opening "Pasar Lumpur" Kawasan Wisata Lumpur, Kecamatan Ledokombo, Kabupaten Jember)." Jouenal of Tourism and Creativity, 2018.
- Hidayah, Nurdin. Konsultan Pemasaran Pariwisata. 2023. <https://pemasaranpariwisata.com/2023/01/02/atraksi-wisata-dan-dayatarik-wisata/> (diakses Desember 03, 2024).
- Himawan, Mahadika Pradipta, Haniek Listyorini, Trenggono Trenggono, Dyan Triana Putra, dan Julian Andriani Putri. "Model Pengembangan Agrowisata Berbasis Kopi sebagai Daya Tarik Wisata Desa Wisata Colo Kudus." Gemawisata, 2023: 104-120.
- Istiqomah, dan Irsad Andriyanto. "Analisis SWOT dalam Pengembangan Bisnis (Studi Pada Sentra Jenang di Desa Wisata Kaliputu Kudus." Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam, 2017.
- Kurniawan, Ilham Yusuf, Achluddin Ibnu Rochim, dan Indah Murti. "Partisipasi Masyarakat dalam Penigkatan Wisata Sungai Perahu Kalimas sebagai
- Upaya Pengembangan Wisata Heritage di Kota Surabaya." Jurnal Penelitian Administrasi Publik, 2024.
- Kurniawan, Ramdhan, dan Asep Parantika. "Examining the Impact of Tourism on Local Communities in Wae Rebo Tourism Village NTT Using the Doxey index." Jurnal Mantik, 2023: 535-545.
- Lavenia, Valencia. "Strategi Pengembangan Desa Wisata Budaya Sawentar di Kecamatan Kanogoro, Kabupaten Blitar." Badung, 2022.
- Marsono. Agro dan Desa Wisata. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2019.
- Pakpahan, Helena Thatcher, Indrawaty Sitepu, Donny Ivan Samuel Simatupang, dan Yusak Maryunianta. Strategi Pengembangan Agrowisata dengan Menggunakan Analisis SWOT dan SOAR. Padang: Azzia Karya Bersama, 2024.
- Prasetyo, Yudhiet Nur, dan I Made Adikampana. "Strategi Pengembangan Agrowisata Kopi Di Desa Wisata Tempur Kabupaten Jepara." Jurnal Destinasi Pariwisata, 2021.
- Riadi, Muchlisin. Kajianpustaka.com. 2023. <https://www.kajianpustaka.com/2020/09/analisis-SWOT.html> (diakses Oktober 12, 2024).
- Salmah, Emi, Titi Yuniarti, dan Tuti Handayani. "Analisis Pengembangan Agrowisata Berbasis Partisipasi Masyarakat Lokal di Kecamatan Gangga Kabupaten Lombok Utara." Ekonobis, 2021.
- Salsabila, Maya Sajidah, dan Agus Machfud Fauzi. "Partisipasi Masyarakat dalam Pengembangan Desa Wisata (Studi Kasus Desa Menang Kecamatan Pagu Kabupaten Kediri)." Jurnal Pariwisata Terapan, 2021.
- Sangkak, Adrianus, dan Novita Maulida Ikmal. "Strategi Pengembangan Objek Wisata Kampung Waerebo Kecamatan Satar Mese Barat Kabupaten Manggarai Nusa Tenggara Timur." Inovasi Sektor Volume, 2022: 22-33.
- Sarjan, M, Lalu Ishadi Darwinata, Septia Antasari, Bambang Setiadi Azhari, Achmad Wiranadi Hakim, dan Muh Thoriq Dwi Setyawan. "Kebun Kopi Arabika Sembalun Bumbung sebagai Alternatif Destinasi Agrowisata." Pengabdian Magister Pendidikan IPA, 2021: 30-37.
- Setiawati, Rahmi, Nur Fadilah Dewi, dan Radityo Kusumo Santoso. "Wae Rebo Tourism Village Development Based on Local Wisdom and Community Products through a Technological Innovation Approach in Creating Economic Resilience." Proceedings, 2023.
- Suganda, Asep Dadan. "Konsep Wisata Berbasis Masyarakat." I-Economic, 2018.
- Taris, Nansianus, dan Silvita Agmasari. 31.492 Wisatawan Berkunjung ke Manggarai NTT, Dominan Wisatawan Nusantara. 2024. <https://travel.kompas.com/read/2024/01/30/091700627/31.492-wisatawanberkunjung-ke-manggarai-ntt-dominan-wisatawan-nusantara> (diakses Januari 27, 2025).
- Wulandari, Nia Septi, M Jumail, dan Lalau Masyhudi. "Model Pengembangan Daya Tarik Wisata Bukit Ledu Sebagai Destinasi Wisata Kabupaten

Lombok Barat.” Responsible Tourism, 2023: 825.

Yulianto, Teti Safari, dan R. Jati Nurcahyo.

“Agrowisata Kopi Sebagai Daya Tarik Wisata Ekonomi Kreatif Desa Kalibogor Kendal.” Khasanah Ilmu, 2023: 151-160.