

## **PENGEMBANGAN WISATA AGRO PERKEBUNAN KOPI BERBASIS MASYARAKAT DI NAGARI LASI KECAMATAN CANDUANG KABUPATEN AGAM**

**Syafruddin Rais**  
*Batam Tourism Polytechnic*  
rais@btp.ac.id

First received: 15-05-2021    Final Proof received: 29-06-2021

### **ABSTRAK**

Kecamatan Candung merupakan salah satu daerah yang sangat potensial untuk pengembangan kopi di Kabupaten Agam. Berada di kaki Gunung Merapi dengan ketinggian antara 780-2891 meter dpl, Kecamatan Candung memiliki tanah dengan kesuburan yang baik. Karena material-material yang dikeluarkan gunung tersebut pada letusan sebelumnya mengandung hara yang baik bagi tanah setelah melapuk (Barasa, 2013:1290). Tujuan dari Penelitian ini adalah untuk Mengetahui Potensi Wisata Agro di Nagari Lasi dan pengembangan wisata agro berbasis perkebunan kopi di Nagari Lasi Kecamatan Canduang Kabupaten Agam. Sebagai informan dalam penelitian ini pengurus komunitas dan responden nya adalah masyarakat Nagari Lasi yang sudah di tetapkan sebanyak 100 responden. Dimana pengambilan sampling dilakukan secara accidental random sampling.

Hasil Analisis Menunjukkan bahwa potensi wisata agro dan model pengembangan wisata agro di Nagari Lasi Kecamatan Canduang dapat dilihat dari Dimensi Budaya terlihat bahwa 60 % masyarakat menyatakan perlu adanya pembentukan kelompok seni. Dari sisi Dimensi Ekonomi pada pertanyaan apakah dengan adanya agrowisata membuka lapangan pekerjaan baru terlihat jawaban masyarakat 70 % menyatakan sangat setuju. Pada Dimensi Sosial pada pertanyaan apakah perlu keterlibatan masyarakat dalam industry pariwisata sebanyak 60 % menyatakan sangat setuju. Dimensi Teknologi pada pertanyaan apakah masyarakat sudah mengerti menggunakan teknologi dalam memasarkan produk sebanyak 40 % masyarakat menjawab sangat tidak setuju. Pada Dimensi Kesiapan Masyarakat Dalam Pengembangan Wisata Agro pada pertanyaan Potensi Nagari lasi untuk dikembangkan menjadi wisata agro sebanyak 60 % menjawab setuju. Melihat hasil penelitian tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa potensi pengembangan wisata agro bisa dilakukan dengan hampir tidak ada penolakan dari masyarakat.

**Kata kunci : Pengembangan, Potensi, Agrowisata, Kopi**

### **PENDAHULUAN**

Perkembangan pariwisata di suatu tempat, tidak terjadi secara tiba-tiba, melainkan melalui suatu proses. Proses itu dapat terjadi secara cepat atau lambat, tergantung dari berbagai

faktor eksternal (dinamika pasar, situasi politik, ekonomi makro) dan faktor eksternal di tempat yang bersangkutan, kreatifitas dalam mengolah aset yang dimiliki, dukungan pemerintah dan masyarakat

(Gunawan, 1999). Pembangunan kepariwisataan memerlukan perencanaan dan perancangan yang baik. Kebutuhan akan perencanaan yang baik tidak hanya dirasakan oleh pemerintah yang memegang fungsi pengarah dan pengendali, tetapi juga oleh swasta, yang merasakan makin tajamnya kompetisi, dan menyadari bahwa keberhasilan bisnis ini juga tak terlepas dari situasi lingkungan yang lebih luas dengan dukungan dari berbagai sektor.

Pariwisata dapat meningkatkan kualitas masyarakat dan mensejahterakan masyarakat, mendukung kelestarian lingkungan, mengembangkan perekonomian, dengan dampak negatif yang minimal. Obyek wisata yang paling lama berkembang adalah obyek wisata yang menonjolkan keindahan alam, seni dan budaya. Mengingat keindahan alam menjadi daya tarik yang kuat bagi wisatawan, potensi ini menarik untuk digarap. Indonesia sebagai negara agraris memiliki lahan pertanian yang sangat luas. Rangkaian kegiatan pertanian dari budidaya sampai pasca panen dapat dijadikan daya tarik tersendiri bagi kegiatan pariwisata. Dengan menggabungkan kegiatan agronomi dengan pariwisata banyak perkebunan- perkebunan besar di Indonesia dikembangkan menjadi obyek wisata agro.

Perkembangan agrowisata atau agrotourism bermula dari ecotourism. Ecotourism adalah yang paling cepat bertumbuh diantara

model pengembangan pariwisata yang lainnya di seluruh dunia, dan memperoleh sambutan yang sangat serius. Ecotourism dikembangkan di negara berkembang sebagai sebuah model pengembangan yang potensial untuk memelihara sumber daya alam dan mendukung proses perbaikan ekonomi masyarakat lokal. Ecotourism dapat menyediakan alternatif perbaikan ekonomi ke aktivitas pengelolaan sumber daya, dan untuk memperoleh pendapatan bagi masyarakat lokal (U.S. Konggres OTA 1992).

Agrotourism telah berhasil dikembangkan di Switzerland, Selandia Baru, Australia, dan Austria. Sedangkan di USA baru tahap permulaan dan baru dikembangkan di California. Beberapa Keluarga petani sedang merasakan bahwa mereka dapat menambah pendapatan mereka dengan menawarkan pemondokan bermalam, menerima manfaat dari kunjungan wisatawan, (Rilla 1999). Pengembangan agrotourism merupakan kombinasi antara pertanian dan dunia wisata untuk liburan di desa. Atraksi dari agrotourism adalah pengalaman bertani dan menikmati produk kebun bersama dengan jasa yang disediakan. Motivasi agrotourism adalah untuk menghasilkan pendapatan tambahan bagi petani. Bagaimanapun, agrotourism juga merupakan kesempatan untuk mendidik orang banyak/masyarakat tentang pertanian dan ecosystems. Pemain Kunci

didalam agrotourism adalah petani, pengunjung/wisatawan, dan pemerintah atau institusi. Peran mereka bersama dengan interaksi mereka adalah penting untuk menuju sukses dalam pengembangan agrotourism.

Pada era otonomi daerah, agrowisata dapat dikembangkan pada masing-masing daerah tanpa perlu ada persaingan antar daerah, mengingat kondisi wilayah dan budaya masyarakat di Indonesia sangat beragam. Masing-masing daerah bisa menyajikan atraksi agrowisata yang lain daripada yang lain. Pengembangan agrowisata sesuai dengan kapabilitas, tipologi, dan fungsi ekologis masing-masing lahan, akan berpengaruh langsung terhadap kelestarian sumberdaya lahan dan pendapatan petani serta masyarakat sekitarnya. Kegiatan ini secara tidak langsung akan meningkatkan pendapat positif petani serta masyarakat sekitarnya akan arti pentingnya pelestarian sumberdaya lahan pertanian. Lestarnya sumber daya lahan akan mempunyai dampak positif terhadap pelestarian lingkungan hidup yang berkelanjutan.

*Community Based Development* adalah konsep yang menekankan kepada pemberdayaan komunitas untuk menjadi lebih memahami nilai-nilai dan aset yang mereka miliki, seperti kebudayaan, adat istiadat, masakan kuliner, gaya hidup. Dalam konteks pembangunan wisata, komunitas tersebut haruslah

secara mandiri melakukan mobilisasi asset dan nilai tersebut menjadi daya tarik utama bagi pengalaman berwisata wisatawan. Melalui konsep *Community Based Tourism*, setiap individu dalam komunitas diarahkan untuk menjadi bagian dalam rantai ekonomi pariwisata, untuk itu para individu diberi keterampilan untuk mengembangkan *small business*. Menurut Suansri (2003) adabeberapa prinsip dari *community based tourism* yang harus dilakukan yaitu sebagai berikut (1) Mengenali, mendukung, dan mempromosikan kepemilikan masyarakat dalam pariwisata. (2) Melibatkan anggota masyarakat dari setiap tahap pengembangan pariwisata dalam berbagai aspeknya. (3) Mempromosikan kebanggaan terhadap komunitas bersangkutan (4) Meningkatkan kualitas kehidupan. (5) Menjamin keberlanjutan lingkungan (6) Melindungi ciri khas (keunikan) dan budaya masyarakat lokal. (7) Mengembangkan pembelajaran lintas budaya (8) Menghormati perbedaan budaya dan martabat manusia. (9) Mendistribusikan keuntungan dan manfaat yang diperoleh secara proporsional kepada anggota masyarakat. (10) Memberikan kontribusi dengan presentase tertentu dari pendapatan yang diperoleh untuk proyek pengembangan masyarakat (11) Menonjolkan keaslian hubungan masyarakat dengan lingkungannya.

Berdasarkan pemahaman tersebut dapat kita lihat pendekatan

*community based tourism* sangat berbeda dengan pendekatan pembangunan pariwisata pada umumnya. Dimana, komunitas merupakan aktor utama dalam proses pembangunan pariwisata, dengan tujuan utama adalah untuk peningkatan standar kehidupan ekonomi masyarakat tersebut.

Sebagai fokus pembangunan destinasi pariwisata, tidaklah mungkin bila hanya dimengerti sebagai pembangunan sarana dan prasarana fisik belaka. Yang terpenting adalah pemberdayaan komunitas lokal dalam proses pembangunan objek dan daya tarik wisata, atau secara konseptual ini disebut sebagai *community based tourism*, yang merupakan salah satu strategi pembangunan komunitas berkelanjutan. Dalam pembangunan *community based tourism* ada 5 aspek yang harus diberdayakan, yakni (1) Sosial asset yang dimiliki oleh komunitas tersebut, seperti : budaya, adat-istiadat, sosial *network*, gaya hidup; (2) Sarana dan prasarana, bagaimana sarana dan prasarana objek wisata tersebut apakah sudah ideal dalam rangka memenuhi kebutuhan wisatawan; (3) Organisasi, apakah telah ada organisasi masyarakat yang mampu secara mandiri mengelola objek dan daya tarik wisata tersebut; (4) Aktivitas ekonomi, bagaimanakan aktivitas ekonomi dalam rantai ekonomi pariwisata di komunitas tersebut, apakah secara empiris telah menimbulkan *distribution*

*economic benefit* di antara penduduk lokal, ataukah manfaat tersebut masih dinikmati oleh kelompok-kelompok tertentu; (5) Proses pembelajaran, satu hal yang tak kalah pentingnya dari komunitas tersebut dalam mewujudkan objek dan daya tarik wisata.

Konsep CBT mempunyai prinsip-prinsip yang dapat digunakan sebagai *tool of community development* bagi masyarakat lokal, yakni:

- 1) Mengakui, mendukung dan mempromosikan pariwisata yang dimiliki masyarakat,
- (2) Melibatkan anggota masyarakat sejak awal pada setiap aspek,
- (3) Mempromosikan kebanggaan masyarakat
- (4) Meningkatkan kualitas hidup,
- (5) Menjamin sustainability lingkungan,
- (6) Memelihara karakter dan budaya lokal yang unik
- (7) Membantu mengembangkan cross-cultural learning,
- (8) Menghormati perbedaan-perbedaan kultural dan kehormatan manusia,
- (9) Mendistribusikan keuntungan secara adil di antara anggota masyarakat,
- (10) Menyumbang prosentase yang ditentukan bagi income proyek masyarakat.

Upaya pengembangan agrowisata pedesaan yang memanfaatkan potensi pertanian, dan melibatkan masyarakat pedesaan, dapat berfungsi sebagai pemberdayaan masyarakat selaras dengan pemberdayaan masyarakat berbasis pariwisata (*community based*

*tourism*). Pemberdayaan masyarakat dimaksud adalah Wisata Agro yang dapat mengikutsertakan

peran dan aspirasi masyarakat pedesaan selaras dengan pendayagunaan potensi sumber daya alam dan sumber daya manusia yang dimilikinya. Persoalannya adalah bagaimana masyarakat pedesaan dibina secara berkesinambungan, agar potensi-potensi yang dimiliki daerah digali secara optimal, sehingga dapat memberikan hasil maksimal bagi petani, masyarakat desa, pengusaha dan menjadi sumber pendapatan yang dapat diandalkan. Sejalan dengan itu perlu adanya pola pembinaan Wisata Agro agar para pelaku pariwisata dan pelaku pertanian secara sinergis dapat merencanakan, menyusun, memprogramkan Wisata Agro yang bermanfaat bagi masyarakat, pengusaha dan pemerintah.

Kecamatan Candung merupakan salah satu daerah yang sangat potensial untuk pengembangan kopi di Kabupaten Agam. Berada di kaki Gunung Merapi dengan ketinggian antara 780-2891 meter dpl, Kecamatan Candung memiliki tanah dengan kesuburan yang baik. Hal tersebut dikarenakan tanah-tanah yang berada disekitar gunung merapi adalah tanah dengan kesuburan yang tinggi. Karena material-material yang dikeluarkan gunung tersebut pada letusan sebelumnya mengandung hara yang baik bagi tanah setelah melapuk

(Barasa, 2013:1290). Kopi arabika sangat baik ditanam didaerah yang berketinggian 1.000

– 2.100 meter diatas permukaan laut (dpl) (Panggabean, 2011) dan memiliki iklim tropis serta kesuburan tanah yang baik. Sehingga Kecamatan Candung berpotensi sekali jika dilihat dari geografis yang dikehendaki tanaman kopi.

Pengembangan kopi di kecamatan Candung dipusatkan di nagari Lasi. Nagari Lasi adalah daerah subur yang terletak di sebelah utara lereng gunung Marapi. Nagari Lasi berada di ketinggian  $\pm 1.100$  mdpl dan berjarak kira-kira 13.15 Km sebelah Selatan kota Bukittinggi. Nagari Lasi merupakan perkampungan yang subur yang masuk ke dalam wilayah administrasi kecamatan Canduang, Kabupaten Agam, Propinsi Sumatera Barat.

Berdasarkan wawancara pada survei pendahuluan dengan Kepala UPT Pertanian Kecamatan Candung diperoleh informasi bahwa perusahaan tanaman kopi di Kecamatan Candung tergolong perkebunan rakyat yang dilakukan secara swadaya oleh masyarakat serta masih bersifat tradisional. Dinas Perkebunan Kabupaten Agam telah melaksanakan program pengembangan kopi arabika sejak tahun 2016 untuk membudidayakan tanaman kopi arabika ini di sepanjang lereng Gunung Merapi di nagari Lasi. Pengembangan kopi Arabika ini difokuskan kepada kelompok tani

Komunitas Selaras Alam.

Komunitas Selaras Alam adalah kelompok tani yang berada di salah satu nagari di Kecamatan Candung yaitu Nagari Lasi. Komunitas Selaras Alam mulai membudidayakan kopi Arabika sejak tahun 2013. Komunitas Selaras Alam mengusahakan kopi Arabika dimulai dari budidaya hingga tahap pasca panen yaitu kopi dalam bentuk green bean. Kopi yang dihasilkan telah dijual ke beberapa kota di Indonesia, seperti Jakarta, Bandung, Yogyakarta, Surabaya, Solo, Cirebon, Pekanbaru dan Medan. Petani yang tergabung dalam Komunitas Selaras Alam masih kesulitan untuk memenuhi permintaan pasar. Ini disebabkan jenis atau rasa kopi yang ditanami di kecamatan Candung memiliki rasa kopi yang sanggup bersaing dan berbeda dengan pasaran.

Itu terjadi karena jenis dan kualitas tanah tempat kopi itu dihasilkan berbeda dengan ketinggian daerah yang berbeda pula. Permintaan kopi Arabika sekarang sangat tinggi juga disebabkan oleh menjamurnya coffee shop di kota besar dimana meminum kopi sudah menjadi gaya hidup bagi masyarakat perkotaan. Sementara produksinya masih belum memadai jumlahnya karena lahan pengembangan masih belum skala luas. Untuk terus meningkatkan areal pengembangan kopi Arabika, pada tahun 2016 Pemerintah Kabupaten Agam melalui

Dinas Kehutanan dan Perkebunan juga telah membagikan bibit kopi sebanyak 100.000 batang lebih kepada petani. Sehingga tercatat saat ini luas dan produksi kopi arabika di Kecamatan Candung mengalami peningkatan tiap tahunnya (Dirjen Perkebunan 2016). Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan nilai pentingnya pengembangan perkenunan kopi sebagai atraksi wisata. Penelitian ini bermaksud untuk mengembangkan suatu alternatif wisata baru khususnya perkebunan kopi. Bagaimana pengembangan wisata argo berbasis perkebunan kopi berbasis masyarakat di Nagari lasi kecamatan Canduang Kabupaten Agam?

## **METODELOGI PENELITIAN**

Rancangan penelitian yang dipergunakan adalah rancangan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang diamati untuk mendapatkan semua fakta yang terkait dengan Pengembangan Wisata agro berbasis komunitas di nagari lasi kecamatan canduang. Pendekatan yang digunakan untuk penelitian ini adalah pendekatan secara psikologi sosial pariwisata, dengan menerapkan berbagai teori yang relevan untuk membantu menjawab masalah penelitian.

## **PEMBAHASAN**

Pengembangan agrowisata merupakan salah satu alternatif yang diharapkan mampu mendorong baik

potensi ekonomi daerah maupun upaya-upaya pelestarian tersebut. Pemanfaatan potensi sumber daya alam sering kali tidak dilakukan secara optimal dan cenderung eksploratif. Kecenderungan ini perlu segera dibenahi salah satunya melalui Dimensi indikator pengembangan wisata agro Menurut Chris and Sirakaya (2006) Dimensi budaya, dimensi ekonomi, dimensi social dan dimensi teknologi, keempat dimensi ini dijadikan dasar dalam membuat analisa kebutuhan pengembangan wisata agro berbasis perkebunan kopi berbasis masyarakat di Nagarai lasi Kecamatan Canduang Kabupaten Agam.

#### A. Dimensi Budaya

1. Apakah di butuhkan pembentukan kelompok seni?

Tabel 3.1  
Apakah dibutuhkan pembentukan kelompok tani

Persepsi Wisatawan n	Jumlah Wisatawan n (orang)	Persentase (%)
Sangat Setuju Sekali	10	10
Setuju	60	60
Ragu-ragu	20	20
Tidak setuju	7	7
Sangat Tidak Setuju	3	3
<b>Jumlah</b>	100 orang	100

Sumber : Hasil Penelitian 2021

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada bulan April-Mei 2021, dari 100 orang masyarakat yang diberikan kuisisioner diperoleh data

sebagai berikut sebanyak 10 orang (10 %) menyatakan sangat setuju sekali, sebanyak 60 orang (60 %) masyarakat memberikan jawaban setuju, sebanyak 20 orang masyarakat ragu-ragu (20 %). sebanyak 7 orang (7 %) memberikan jawaban tidak setuju dan sebanyak 5 orang (5 %) masyarakat memberikan jawaban sangat tidak setuju. Untuk lebih lanjut dapat dilihat pada Tabel 3.1

#### B. Dimensi Ekonomi

1. Apakah dengan adanya agrowisata membuka lapangan pekerjaan baru?

Tabel 3.2  
Apakah dengan adanya wisata agro membuka lapangan pekerjaan baru

Persepsi Wisatawan n	Jumlah Wisatawan n (orang)	Persentase (%)
Sangat Setuju Sekali	70	70
Setuju	10	10
Ragu-ragu	10	20
Tidak Setuju	7	7
Sangat Tidak Setuju	3	3
<b>Jumlah</b>	100 orang	100

Sumber : Hasil penelitian 2021

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada bulan April-Mei 2021, dari 100 orang masyarakat yang diberikan kuisisioner diperoleh data sebagai berikut sebanyak 70 orang (70 %) menyatakan sangat setuju sekali, sebanyak 10 orang (10 %) masyarakat memberikan jawaban

setuju, sebanyak 10 orang masyarakat ragu-ragu (10 %). sebanyak 7 orang (7 %) memberikan jawaban tidak setuju dan sebanyak 3 orang (3%) masyarakat memberikan jawaban sangat tidak setuju. Untuk lebih lanjut dapat dilihat pada Tabel 3.2

## 2. Apakah perlu ada bantuan kredit dari pemerintah?

Tabel 3.3

Apakah perlu ada bantuan kredit dari pemerintah?

<b>Jawaban Masyarakat at</b>	<b>Jumlah Wisatawan n (orang)</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Setuju Sekali	60	60
Setuju	10	10
Ragu-ragu	10	10
Tidak Setuju	7	7
Sangat Tidak Perlu Setuju	3	3
<b>Jumlah</b>	<b>100 orang</b>	<b>100</b>

Sumber : Hasil Penelitian 2021

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada bulan April-Mei 2021, dari 100 orang masyarakat yang diberikan kuisioner diperoleh data sebagai berikut sebanyak 60 orang (60 %) menyatakan sangat setuju sekali, sebanyak 10 orang (10 %) masyarakat memberikan jawaban setuju, sebanyak 10 orang masyarakat ragu-ragu (10 %). sebanyak 7 orang (7 %) memberikan jawaban tidak setuju dan sebanyak 3 orang (3 %) masyarakat memberikan jawaban sangat tidak

setuju. Untuk lebih lanjut dapat dilihat pada Tabel 3.3

## 3. Apakah perlu ada pelatihan pengelolaan keuangan?

Tabel 3.4

Apakah perlu ada pelatihan pengelolaan keuangan?

<b>Jawaban Masyarakat at</b>	<b>Jumlah Wisatawan n (orang)</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Setuju Sekali	85	85
Setuju	15	15
Ragu-ragu	0	0
Tidak Setuju	7	7
Sangat Tidak Setuju	3	3
<b>Jumlah</b>	<b>100 orang</b>	<b>100</b>

Sumber: Hasil Penelitian 2021

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada bulan April-Mei 2021, dari 100 orang masyarakat yang diberikan kuisioner diperoleh data sebagai berikut sebanyak 85 orang (85%) menyatakan sangat setuju sekali, sebanyak 15 orang (15%) masyarakat memberikan jawaban setuju, sebanyak 0 orang masyarakat ragu-ragu (0 %). sebanyak 7 orang (7 %) memberikan jawaban tidak setuju dan sebanyak 3 orang (3 %) masyarakat memberikan jawaban sangat tidak setuju. Untuk lebih lanjut dapat dilihat pada Tabel 3.4

## C. Dimensi Sosial

1. Apakah ada keterlibatan masyarakat dalam industri Pariwisata



Tabel 3.5

Apakah perlu keterlibatan masyarakat dalam industri  
Pariwisata

Persepsi Wisatawa n	Jumlah Wisatawa n (orang)	Persentas e (%)
Sangat Setuju Sekali	60	10
Setuju	10	60
Ragu-ragu	20	20
Tidak Setuju	7	7
Sangat Tidak Setuju	3	3
<b>Jumlah</b>	100 orang	100

Sumber : Hasil Penelitian 2021

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada bulan April-Mei 2021, dari 100 orang masyarakat yang diberikan kuisisioner diperoleh data sebagai berikut sebanyak 60 orang (60%) menyatakan sangat setuju sekali, sebanyak 10 orang (10%) masyarakat memberikan jawaban setuju, sebanyak 0 orang masyarakat ragu-ragu (0 %). sebanyak 7 orang (7 %) memberikan jawaban tidak setuju dan sebanyak 3 orang (3 %) masyarakat memberikan jawaban sangat tidak setuju. Untuk lebih lanjut dapat dilihat pada Tabel 3.4.

## 2. Apakah budaya lokal semakin kaya dan di kemas secara kreatif?

Tabel 3.5

Apakah Budaya Lokal Semakin Kaya dan di Kemas  
secara kreatif

Persepsi Wisatawa n	Jumlah Wisatawa n (orang)	Persentas e (%)
Sangat Setuju Sekali	40	40
Setuju	10	10
Ragu-ragu	20	20
Tidak Setuju	20	20
Sangat Tidak Setuju	10	10
<b>Jumlah</b>	100 orang	100

Sumber : Hasil Penelitian 2021

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada bulan April-Mei 2021, dari 100 orang masyarakat yang diberikan kuisisioner diperoleh data sebagai berikut sebanyak 40 orang (40%) menyatakan sangat setuju sekali, sebanyak 10 orang (10%) masyarakat memberikan jawaban setuju, sebanyak 20 orang masyarakat ragu-ragu (20 %). sebanyak 20 orang (20 %) memberikan jawaban tidak setuju dan sebanyak 10 orang (10 %) masyarakat memberikan jawaban sangat tidak setuju. Untuk lebih lanjut dapat dilihat pada Tabel 3.5

## 3. Apakah Nilai-nilai kebudayaan lokal semakin terjaga ?

Tabel 3.6

Apakah Nila-nilai kebudayaan lokal semakin terjaga

Persepsi Wisatawa n	Jumlah Wisatawa n (orang)	Persentas e (%)
Sangat Setuju	10	10
Setuju	40	40
Ragu-ragu	10	10

Tidak Setuju	30	30
Sangat Tidak Setuju	10	10
<b>Jumlah</b>	100 orang	100

Sumber: Hasil Penelitian 2021

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada bulan April-Mei 2021, dari 100 orang masyarakat yang diberikan kuisisioner diperoleh data sebagai berikut sebanyak 10 orang (10%) menyatakan sangat setuju sekali, sebanyak 40 orang (40%) masyarakat memberikan jawaban setuju, sebanyak 10 orang masyarakat ragu-ragu (10 %). sebanyak 30 orang (30 %) memberikan jawaban tidak setuju dan sebanyak 10 orang (10 %) masyarakat memberikan jawaban sangat tidak setuju. Untuk lebih lanjut dapat dilihat pada Tabel 3.6.

#### 4. Timbulnya persaingan antar masyarakat

Tabel 3.7

Apakah Timbul Persaingan antar masyarakat		
Persepsi Wisatawan n	Jumlah Wisatawan n (orang)	Persentase (%)
Sangat Setuju	10	10
Setuju	7	7
Ragu-ragu	20	20
Tidak Setuju	60	60
Sangat Tidak Setuju	3	3
<b>Jumlah</b>	100 orang	100

Sumber: Penelitian 2021

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada bulan April-Mei 2021, dari 100 orang masyarakat yang diberikan kuisisioner diperoleh data sebagai berikut sebanyak 10 orang (10%) menyatakan sangat setuju sekali, sebanyak 7 orang (7 %) masyarakat memberikan jawaban setuju, sebanyak 20 orang masyarakat ragu-ragu (20 %). sebanyak 60 orang (60 %) memberikan jawaban tidak setuju dan sebanyak 3 orang (3 %) masyarakat memberikan jawaban sangat tidak setuju. Untuk lebih lanjut dapat dilihat pada Tabel 3.7

#### D. Dimensi Teknologi

1. Apakah masyarakat sudah mengerti menggunakan teknologi dalam memasarkan produk

Tabel 3.8

Apakah Masyarakat Sudah Mengerti Teknologi Dalam Memasarkan Produk

Persepsi Wisatawan n	Jumlah Wisatawan n (orang)	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	10	10
Setuju	25	25
Ragu-ragu	10	10
Tidak Setuju	15	15
Sangat Tidak Setuju	40	40
<b>Jumlah</b>	100 orang	100

Sumber: Penelitian 2021

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada bulan April-Mei 2021, dari 100 orang masyarakat yang diberikan kuisisioner diperoleh data sebagai berikut sebanyak 10 orang

(10%) menyatakan sangat setuju sekali, sebanyak 25 orang (25%) masyarakat memberikan jawaban setuju, sebanyak 10 orang masyarakat ragu-ragu (10 %). sebanyak 15 orang (15 %) memberikan jawaban tidak setuju dan sebanyak 40 orang (40 %) masyarakat memberikan jawaban sangat tidak setuju. Untuk lebih lanjut dapat dilihat pada Tabel 3.8

## 2. Teknologi yang digunakan cukup mudah di aplikasikan

Tabel 3.9

Apakah Teknologi yang digunakan sudah tepat guna		
Persepsi Wisatawan n	Jumlah Wisatawan n (orang)	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	10	10
Setuju	7	7
Ragu-ragu	20	20
Tidak Setuju	60	60
Sangat Setuju	3	3
Jumlah	100 orang	100

Sumber: Penelitian 2021

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada bulan April-Mei 2021, dari 100 orang masyarakat yang diberikan kuisisioner diperoleh data sebagai berikut sebanyak 10 orang (10%) menyatakan sangat setuju sekali, sebanyak 7 orang (7%) masyarakat memberikan jawaban setuju, sebanyak 20 orang masyarakat ragu-ragu (20 %). sebanyak 60 orang (60 %) memberikan jawaban tidak setuju dan sebanyak 3 orang (3 %) masyarakat memberikan jawaban sangat tidak setuju. Untuk

lebih lanjut dapat dilihat pada Tabel 3.9.

## E. Dimensi Kesiapan Masyarakat Dalam Pengembangan Wisata Agro

### 1. Nagari Lasi memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi Desa Wisata Agro

Tabel 3.10

Apakah Nagari Lasi Memiliki Potensi Untuk Dikembangkan menjadi Desa Wisata Agro

Persepsi Wisatawan n	Jumlah Wisatawan n (orang)	Persentase (%)
Sangat Setuju	10	10
Setuju	60	60
Ragu-ragu	20	20
Tidak Setuju	7	7
Sangat Tidak Setuju	3	3
Jumlah	100 orang	100

Sumber: Penelitian 2021

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada bulan April-Mei 2021, dari 100 orang masyarakat yang diberikan kuisisioner diperoleh data sebagai berikut sebanyak 10 orang (60%) menyatakan sangat setuju sekali, sebanyak 60 orang (60%) masyarakat memberikan jawaban setuju, sebanyak 20 orang masyarakat ragu-ragu (20 %). sebanyak 7 orang (7 %) memberikan jawaban tidak setuju dan sebanyak 3 orang (3 %) masyarakat memberikan jawaban sangat tidak setuju. Untuk lebih lanjut dapat dilihat pada Tabel 3.10

## 2. Kegiatan wisata harus menjaga kelestarian lingkungan.

Tabel 3.11

Apakah masyarakat sudah menjaga kelestarian tempat

wisata		
Persepsi Wisatawan	Jumlah Wisatawan	Persentase (%)
n	n (orang)	
Sangat Setuju	10	10
Setuju	30	30
Ragu-ragu	20	20
Tidak Setuju	26	26
Sangat Tidak Setuju	14	14
<b>Jumlah</b>	<b>100 orang</b>	<b>100</b>

Sumber: Penelitian 2021

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada bulan April-Mei 2021, dari 100 orang masyarakat yang diberikan kuisisioner diperoleh data sebagai berikut sebanyak 10 orang (10%) menyatakan sangat setuju sekali, sebanyak 30 orang (30%) masyarakat memberikan jawaban setuju, sebanyak 20 orang masyarakat ragu-ragu (20%). sebanyak 26 orang (26%) memberikan jawaban tidak setuju dan sebanyak 14 orang (14%) masyarakat memberikan jawaban sangat tidak setuju. Untuk lebih lanjut dapat dilihat pada Tabel 3.11.

## 3. Kegiatan wisata harus menjaga kelestarian budaya

Tabel 3.12

Apakah Kegiatan wisata sudah menjaga kelestarian

budaya		
Persepsi Wisatawan	Jumlah Wisatawan	Persentase (%)
n	n (orang)	
Sangat Setuju	10	10
Setuju	60	60
Ragu-ragu	20	20
Tidak Setuju	7	7
Sangat Tidak Setuju	3	3
<b>Jumlah</b>	<b>100 orang</b>	<b>100</b>

Sumber: Penelitian 2021

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada bulan April-Mei 2021, dari 100 orang masyarakat yang diberikan kuisisioner diperoleh data sebagai berikut sebanyak 10 orang (10%) menyatakan sangat setuju sekali, sebanyak 60 orang (60%) masyarakat memberikan jawaban setuju, sebanyak 20 orang masyarakat ragu-ragu (20%). sebanyak 7 orang (7%) memberikan jawaban tidak setuju dan sebanyak 3 orang (3%) masyarakat memberikan jawaban sangat tidak setuju. Untuk lebih lanjut dapat dilihat pada Tabel 3.12

## 4. Pemerintah daerah membina dan memberikan pelatihan wisata Agro pada masyarakat

Tabel 3.13

Apakah pemerintah daerah sudah memberikan pelatihan wisata agro pada masyarakat

Persepsi Wisatawan	Jumlah Wisatawan	Persentase (%)
n	n (orang)	

Sangat Setuju	10	10
Setuju	20	60
Ragu-ragu	20	20
Tidak Setuju	40	40
Sangat Tidak Setuju	10	10
<b>Jumlah</b>	<b>100 orang</b>	<b>100</b>

Sumber: Penelitian 2021

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada bulan April-Mei 2021, dari 100 orang masyarakat yang diberikan kuisisioner diperoleh data sebagai berikut sebanyak 10 orang (10%) menyatakan sangat setuju sekali, sebanyak 20 orang (20%) masyarakat memberikan jawaban setuju, sebanyak 20 orang masyarakat ragu-ragu (20 %). sebanyak 40 orang (40 %) memberikan jawaban tidak setuju dan sebanyak 10 orang (10 %) masyarakat memberikan jawaban sangat tidak setuju. Untuk lebih lanjut dapat dilihat pada Tabel 3.13

5. Kedatangan wisatawan memberikan manfaat bagi perekonomian dan kesejahteraan masyarakat sekitar

Tabel 3.14

Apakah Kedatangan Wisatawan Memberikan manfaat bagi perekonomian masyarakat sekitar

Persepsi Wisatawan n	Jumlah Wisatawan n (orang)	Persentase (%)
Sangat Setuju	10	10
Setuju	60	60
Ragu-ragu	20	20

Tidak Setuju	7	7
Sangat Tidak Setuju	3	3
<b>Jumlah</b>	<b>100 orang</b>	<b>100</b>

Sumber: Penelitian 2021

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada bulan April-Mei 2021, dari 100 orang masyarakat yang diberikan kuisisioner diperoleh data sebagai berikut sebanyak 10 orang (10%) menyatakan sangat setuju sekali, sebanyak 60 orang (60%) masyarakat memberikan jawaban setuju, sebanyak 20 orang masyarakat ragu-ragu (20 %). sebanyak 7 orang (7 %) memberikan jawaban tidak setuju dan sebanyak 3 orang (3 %) masyarakat memberikan jawaban sangat tidak setuju. Untuk lebih lanjut dapat dilihat pada Tabel 3.4

6. Masyarakat bersedia menyediakan fasilitas dan sarana wisata yang layak bagi wisatawan?

Tabel 3.15

Apakah Masyarakat Sudah Bersedia Menyediakan Fasilitas dan Sarana Wisata Yang Layak Bagi Wisatawan?

Persepsi Wisatawan n	Jumlah Wisatawan n (orang)	Persentase (%)
Sangat Setuju	10	10
Setuju	40	40
Ragu-ragu	20	20
Tidak Setuju	30	30

Sangat Tidak Setuju	10	10
Jumlah	100 orang	100

Sumber: Penelitian 2021

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada bulan April-Mei 2021, dari 100 orang masyarakat yang diberikan kuisisioner diperoleh data sebagai berikut sebanyak 10 orang (10%) menyatakan sangat setuju sekali, sebanyak 40 orang (40%) masyarakat memberikan jawaban setuju, sebanyak 20 orang masyarakat ragu-ragu (20 %). sebanyak 30 orang (30 %) memberikan jawaban tidak setuju dan sebanyak 10 orang (10 %) masyarakat memberikan jawaban sangat tidak setuju. Untuk lebih lanjut dapat dilihat pada Tabel 3.15.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1) Pengembangan agrowisata merupakan salah satu alternatif yang diharapkan mampu mendorong baik potensi ekonomi daerah maupun upaya-upaya pelestarian tersebut. Pemanfaatan potensi sumber daya alam sering kali tidak dilakukan secara optimal dan cenderung eksploratif. Kecenderungan ini perlu segera dibenahi salah satunya melalui Dimensi indikator pengembangan wisata agro Menurut Chris and Sirakaya (2006) Dimensi budaya, dimensi ekonomi, dimensi social dan dimensi teknologi, keempat dimensi ini dijadikan dasar dalam membuat analisa kebutuhan

pengembangan wisata agro berbasis perkebunan kopi berbasis masyarakat di Nagara Iasi Kecamatan Canduang Kabupaten Agam.

Hasil analisis menunjukkan pada Dimensi Ekonomi menunjukkan data berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada bulan April-Mei 2021, dari 100 orang masyarakat yang diberikan kuisisioner diperoleh data sebagai berikut sebanyak 70 orang (70 %) menyatakan sangat setuju sekali, sebanyak 10 orang (10 %) masyarakat memberikan jawaban setuju, sebanyak 10 orang masyarakat ragu-ragu (10 %). sebanyak 7 orang (7 %) memberikan jawaban tidak setuju dan sebanyak 3 orang (3%) masyarakat memberikan jawaban sangat tidak setuju. Untuk lebih lanjut dapat dilihat pada Tabel 3.2. Pada Dimensi sosial kuisisioner tentang Apakah perlu keterlibatan masyarakat dalam industry pariwisata Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan , dari 100 orang masyarakat yang diberikan kuisisioner diperoleh data sebagai berikut sebanyak 60 orang (60%) menyatakan sangat setuju sekali, sebanyak 10 orang (10%) masyarakat memberikan jawaban setuju, sebanyak 0 orang masyarakat ragu-ragu (0 %). sebanyak 7 orang (7 %) memberikan jawaban tidak setuju dan sebanyak 3 orang (3 %) masyarakat. Pada Dimensi Kesiapan masyarakat dalam pengembangan wisata agro didapatkan data sebagai berikut dari 100 orang masyarakat yang diberikan kuisisioner diperoleh data sebagai berikut sebanyak 10 orang (60%) menyatakan sangat setuju sekali, sebanyak 60 orang (60%) masyarakat memberikan jawaban setuju, sebanyak 20 orang masyarakat ragu-ragu (20 %). sebanyak 7 orang (7 %) memberikan

jawaban tidak setuju dan sebanyak 3 orang (3 %) masyarakat memberikan jawaban sangat tidak setuju. Untuk lebih lanjut dapat dilihat pada Tabel 3.10

#### **SARAN**

Berdasarkan simpulan yang telah diuraikan sebelumnya maka dapat dikemukakan saran sebagai berikut:

1) Masih diperlukan pengkajian ulang model pengembangan wisata agr berbasis perkebunan kopi berbasis masyarakat di Nagari Lasi kecamatan Canduang kabupaten Agam. Apakah perkebunan kopi bisa bersinergi dengan agrowisata secara menfaat ekonomi sosial dan budaya.

2) Kesiapan masyarakat untuk pengembangan wisata agro berbasis perkebunan kopi di wilayah Nagari Lasi sudah terlihat ada koordinasi antara komunitas masyarakat dengan pemerintah Kepada lembaga-lembaga swadaya masyarakat, lembaga-lembaga pendidikan dan media masa dapat memberikan kontribusi yang berarti sesuai dengan peran dan fungsinya masing-masing. Sedangkan masyarakat dan tokoh-tokoh masyarakat setempat perlu mengambil peran aktif dari sejak dini agar konsep pembangunan berbasis masyarakat (*community based development*) dapat diwujudkan. Keterlibatan masyarakat dan tokoh-tokoh masyarakat setempat diperlukan dari sejak awal proses perencanaan hingga pengawasannya.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Fandeli, Chafid (ed), 2001. Dasar-dasar Manajemen Kepariwisata Alam. Yogyakarta: Liberty.

Rudana, Nyoman. 2008. Strategi Pengembangan Pariwisata Bali. Jakarta: Lembaga Administrasi Negara.

Yoeti, Oka, A., 1996. Pengantar Ilmu Pariwisata. Bandung: Angkasa.

\_\_\_\_\_. 1996. Pemasaran Pariwisata Terpadu. Bandung: Angkasa.

\_\_\_\_\_. 2008. Ekonomi Pariwisata. Jakarta: PT Kompas Media Nusantara.

\_\_\_\_\_. 2008. Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata. Jakarta: Pradnya Paramita.