

Sosialisasi *Digital Agrotourism* dalam Upaya Peningkatan Kesejahteraan Petani Kopi Gombengsari, Banyuwangi



Mohamad Dedi¹, Tintin Harlina²

dedismantab_stikom@yahoo.co.id, tinstikom@gmail.com

^{1,2} D3 Manajemen Informatika, Sekolah Tinggi Ilmu Komputer PGRI Banyuwangi, Jl. Jenderal Ahmad Yani No.80, Taman Baru, Kec. Banyuwangi, Kabupaten Banyuwangi, Jawa Timur

Abstract – The coffee farming business in Gombengsari Village is an independent coffee plantation that has existed since the colonial era. Various business development programs have been carried out by private and government parties, but have never received training on Digital Agrotourism. The aspect of digital marketing knowledge and skills is a major obstacle in product marketing. Digital Agrotourism, is hoped that it will provide an increase in the skills of the coffee farming community of Gombengsari Village in marketing their products. The stages of the activity are carried out by initial identification of the education level of the farmers, followed by the preparation of a schedule for socialization and training implementation. The activity was supported by 2 students as part of the implementation of the “Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM)”. The results of the activity showed that more than 85% of the participants had increased knowledge and were able to open their digital stalls.

Keyword: *community service; coffee farmer, Gombengsari, Digital Agrotourism*

1. PENDAHULUAN

Kabupaten Banyuwangi adalah salah satu daerah penghasil kopi di Provinsi Jawa Timur. Kapasitas produksi kopi di Banyuwangi terus meningkat sejak 2014 hingga tahun 2017 sebesar 9.785 ton [1]. Sebagai salah satu sentra kopi robusta, Kabupaten Banyuwangi aktif menggelar berbagai kegiatan daerah yang salah satunya adalah festival kopi. Kegiatan ini bertujuan untuk mempromosikan produk lokal kopi Banyuwangi [2]. Strategi promosi yang jitu akan berdampak terhadap eksistensi para pelaku usaha tetap bertahan di pasaran [3], meningkatkan keuntungan [4], sekaligus juga akan meningkatkan promosi daerah [5], [6].

Desa Gombengsari merupakan salah satu sentra penghasil kopi di Kabupaten Banyuwangi [2], [7]. Lahirnya budidaya tanaman kopi di Desa Gombengsari berkaitan jaman penjajahan Belanda di Indonesia [1], [8]. Latar belakang sejarah kolonial mempengaruhi terhadap dinamika sosial dan pendidikan para petani kopi [9]. Disisi lain, kondisi sosial-budaya, ekonomi masyarakat, sumber daya alam dan lingkungan yang tersedia pada lingkungan perkebunan kopi menjadi aspek penting dalam pengembangan

konsep agrowisata berkelanjutan [10]. Agrowisata adalah pengembangan objek wisata yang berbasis sektor pertanian sebagai objek wisata. Pengembangan agrowisata dapat meningkatkan pendapatan petani, melestarikan sumberdaya lahan, serta memelihara culture maupun teknologi lokal (*indigenous knowledge*) yang berkembang sesuai dengan kondisi lingkungan alaminya. Salah satu upaya promosi agrowisata kopi di desa Gombengsari adalah dengan mengintegrasikan pariwisata kopi dengan teknologi informasi (*Digital Agrotourism*). *Digital Agrotourism* merupakan diversifikasi usaha pertanian yang mendorong pengelola agrowisata untuk memanfaatkan teknologi komunikasi digital [11]. Teknologi komunikasi digital memberikan peluang lebih luas bagi pengelola agriwisata untuk menjangkau wisatawan domestik maupun internasional [12], [13]. Konsep ini telah berhasil diterapkan di beberapa tempat seperti Agrotourism di wilayah mancanegara seperti di Korca [14], wisata berkelanjutan di Turki [15], dan domestik seperti Desa Wisata Tulungrejo Kota Batu, Jawa Timur [16], dan di beberapa tempat lainnya [6], [17], [18].

Di situasi pasca pandemi Covid 19 saat ini, pengembangan promosi agrowisata berbasis digital sangat dibutuhkan peranannya. Mengingat potensi yang ditawarkan oleh Desa Gombengsari bukan hanya pada sektor perkebunan saja. Kelurahan Gombengsari mempunyai cukup banyak potensi sumberdaya alam lingkungan dan kegiatan sosial budaya yang dapat dikunjungi wisatawan [19]. Sehingga cukup sulit bagi wisatawan untuk mengunjungi objek wisata yang ada dalam waktu yang singkat. Disisi lain, efek covid 19 juga berpengaruh besar terhadap penurunan pendapatan sektor agrowisata [20] saat ini, kondisi ini berdampak pada penurunan kesejahteraan petani kopi [21].

Sebagai solusi atas permasalahan yang dihadapi petani kopi, saat ini ekosistem kepariwisataan berubah secara signifikan terutama pada generasi milenial yang memanfaatkan media digital dan media sosial untuk mencari informasi terkait destinasi wisata [22]. Dengan teknologi digital produk agrowisata yang ditawarkan lebih informatif dan dapat diakses dengan mudah sehingga memunculkan daya tarik bagi wisatawan. Dengan mengintegrasikan teknologi digital dan agrowisata akan sangat membantu wisatawan untuk berkomunikasi secara langsung dengan lingkungan fisik, dengan fitur arsitektur dan warisan masyarakat, dengan masyarakat lokal dan penduduk pedesaan [13].

2. ANALISIS SITUASI

Jumlah kunjungan wisatawan ke Kabupaten Banyuwangi terus meningkat seiring dengan gencarnya promosi pariwisata yang digalakkan oleh pemerintah daerah. Hingga November 2017, untuk wisatawan domestik mengalami peningkatan 0,4 juta, yaitu sebanyak 2,7 juta dari target sebanyak 2,3 juta. Sedangkan wisatawan mancanegara mengalami peningkatan, jumlahnya mencapai 75 ribu wisatawan atau meningkat sebanyak 30 ribu dari total target sebanyak 45 ribu. Agrowisata kopi Kelurahan Gombengsari adalah salah satu destinasi wisata yang berada Kabupaten Banyuwangi sudah dikenal produk hasil perkebunan kopinya. Total luas kebun kopi yang dikelola oleh masyarakat di wilayah kelurahan Gombengsari mencapai 1.700 ha [19]. Selain potensi kopi dan turunannya, daerah ini juga memiliki berbagai potensi sumberdaya alam

lingkungan dan kegiatan sosial budaya yang dapat dikunjungi wisatawan. Diantaranya, Perkebunan Kopi Rakyat dan Kampoeng Kopi, Peternakan Kambing Etawa, Wisata Taman Sumbermanis Suko, Puncak Asmoro, Daerah Pertanian, Wisata Pemandian Gua Pengantin, dan *Camping Ground* [19].



Gambar 1. Wisatawan mancanegara menikmati suasana di tengah kebun kopi rakyat Gombengsari [19].

Banyaknya objek wisata yang tersedia menjadi kendala wisatawan untuk mengakses objek tersebut dalam waktu yang singkat. Aspek aksesibilitas menjadi penopang wisatawan dan daya tarik sendiri bagi wisatawan lokal dan mancanera untuk berkunjung atau berwisata ke perkebunan kopi Gombengsari. Beberapa program telah dikembangkan oleh pengelola seperti model wisata napak tilas perkebunan kopi rakyat yang disebut sebagai '*plantation tour*' [23]. Namun program ini masih membutuhkan dukungan dan peranan oleh pihak-pihak terkait. Oleh sebab itu, upaya branding agrowisata kopi melalui pemberdayaan masyarakat Gombengsari melalui teknologi digital agrotourism dapat menjadi alternatif program untuk meningkatkan kesejahteraan petani kopi.

3. SOLUSI DAN LUARAN

Berdasarkan hasil identifikasi bersama mitra maka disepakati solusi yang diharapkan melalui kegiatan ini adalah pembuatan sistem digital agrotourism. Dimana sistem ini dikembangkan berbasis informasi web digital terkatif seputar objek wisata di Gombengsari. Program yang dibangun juga telah disesuaikan dengan konsep

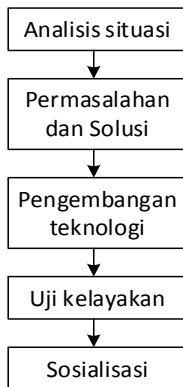
makro *master plan* Pemerintah Kelurahan Gombongsari.



Gambar 2. Proses kordinasi awal tim pelaksana kegiatan bersama mitra

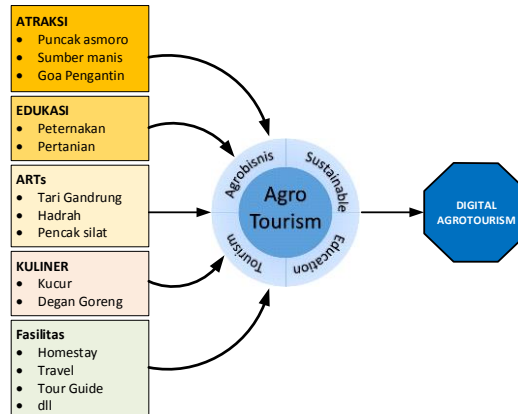
4. METODE KEGIATAN

Berdasarkan hasil wawancara dan peninjauan data awal menunjukkan bahwa terdapat beberapa aspek penunjang dalam pengembangan digital agrotourism di Gombongsari, yaitu *Agrobisnis, sustainable, tourism* dan *education*. Adapun tahapan kegiatan dapat ditampilkan melalui skema kegiatan sebagai berikut :



Gambar 3. Tahapan kegiatan pengabdian kepada masyarakat Gombongsari

Berdasarkan 4 komponen penunjang selanjutnya di bangun sebagai ruang informasi yang tertuang untuk mendeskripsikan setiap objek wisata yang tersedia. Proses kegiatan sepenuhnya dilakukan selama 4 bulan dengan melibatkan tim ahli serta mahasiswa program studi Teknik Informatika sebagai bentuk dukungan program Merdeka Belajar Kampus Merdeka.



Gambar 4. IPTEK yang dikembangkan

Gambar 3 merupakan konsep yang dikembangkan melalui aplikasi digital website yang dapat diakses secara online maupun offline. Dimana pihak mitra selanjutnya juga dilibatkan dalam hal penggalian data dan informasi, profiling, sosialisasi hingga pelatihan pengoperasian sistem.

5. HASIL KEGIATAN

Hasil kegiatan sosialisasi program digital agrotourism ini didapatkan bahwa pengembangan sektor agrowisata berbasis digital sangat membantu pengelola tempat wisata dalam pengembangan daya kreativitas dan inovasi promosi. Melalui program ini, tingkat kepercayaan wisatawan akan lebih meningkat terutama bagi wisatawan asing yang baru pertama kali akan melakukan kunjungan.





Gambar 5. (a) Pembukaan bersama tokoh masyarakat, dan (b) Pelaksanaan sosialisasi digital agrotourism.

Dengan mengintegrasikan teknologi informasi dengan pariwisata, akan memungkinkan lebih banyak penyediaan layanan aksesibilitas, visibilitas informasi dan ketersediaan berbagai produk sehingga tercapai kepuasan wisatawan [24]. Namun demikian, pengelola agrowisata juga tidak menginginkan penjualan produk dilakukan secara online karena pengelola ingin para wisatawan mendapatkan pengalaman kunjungan langsung ke lokasi Agrowisata kopi Gombengsari. Kegiatan sosialisasi juga mendapatkan apresiasi dari kalangan masyarakat petani kopi. Dengan hadirnya digital agrotourism, beberapa aktifitas ekonomi masyarakat akan ikut serta berkembang. Karena dengan program ini mereka akan dapat mengenalkan produk unggulan dari hasil perkebunan, peternakan atau aktifitas budaya yang selama ini mereka jalani. Wisatawan juga akan dapat dengan mudah berkonsultasi dan menentukan jadwal yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan. Mereka juga dapat mengakases berbagai fitur layanan tambahan yang dibutuhkan.

6. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat disimpulkan bahwa, Digital Agrotourism dapat memberikan dukungan dalam pengembangan promosi wisata, aksestabilitas, visibilitas, dan kepercayaan produk wisata yang berdampak pada tingkat kepercayaan wisatawan. Hasil sosialisasi program Digital Agrotourism juga telah memberikan kesadaran bagi pengelola wisata untuk belajar dan memanfaatkan teknologi

informasi dalam menunjang promosi produk wisatanya. Melalui pengembangan digital Agrotourism diyakini tingkat kunjungan wisata akan semakin meningkat yang disertai dengan peningkatan kesejahteraan petani kopi Gombengsari.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih disampaikan Kepada Kepala Kelurahan Gombengsari beserta jajarannya, Pengurus Pokdarwis Kelurahan Gombengsari, serta pihak-pihak yang terlibat dalam kegiatan pengabdian Kepada Masyarakat Tahun 2022 ini.

REFERENSI

- [1] A. N. A. Titanio Auditya Pribadi, Sawitri Komarayanti, "Exploration And Geographic Characteristics Of Coffee Clones Robusta, Arabica Varieties And Lberika In Banyuwangi District Based Internet Acces," pp. 1–12, 2020, [Online]. Available: <http://repository.unmuhjember.ac.id/5526/12/k.ARTIKEL.pdf>.
- [2] A. Dewi, "The Analysis On The Production And Development Strategy Factors Of The Public-Invested Coffee Farming Business At Gombengsari Village Kalipuro Sub-District Banyuwangi Regency," *Ilmu-Ilmu Pertan. "AGRIKA,"* vol. 12, no. 2, 2018.
- [3] L. N. Hidayah, "Penerapan Strategi Promosi Pada Star Coffee Di Solo," *Tugas akhir FE UNS,* 2009.
- [4] M. A. Rezki and D. R. Hapsari, "Efektivitas Strategi Promosi Produk Kopi Lokal Di Rumah Kopi Ranin," *J. Komun. Pembang.,* vol. 17, no. 1, pp. 38–54, 2019, doi: 10.29244/jurnalkmp.17.1.38-54.
- [5] S. Rahmita *et al.*, "Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan (Studi Pada Koperasi X , Cabang Medan)," *Skripsi Progr. Stud. Ilmu Adm. Bisnis Fak. Ilmu Sos. Dan Ilmu Polit. Univ. Sumatera Utara Medan,* 2021.
- [6] D. A. W. Imaniar, "Strategi Pengembangan Dan Bauran Pemasaran Potensi Komoditas Kopi Dalam Rangka Penguatan Pasar Produk Pertanian Secara Integratif Dengan Sektor Pariwisata Di

- Kabupaten Banyuwangi,” *J. Appl. Bus. Adm.*, vol. 2, no. 2, pp. 41–52, 2018.
- [7] Aan Setiyaningsih, “Efisiensi Pemasaran Dan Strategi Pengembangan Pemasaran Kopi Rakyat Desa Gombengsari Kecamatan Kalipuro Kabupaten Banyuwangi,” Universitas Jember, 2017.
- [8] I. N. Oktasari and A. Trilaksana, “Perkebunan Kopi Rakyat di Jawa Timur 1920-1942,” *Avatara*, vol. 2, no. 1, pp. 122–129, 2014, [Online]. Available: ejournal.unesa.ac.id/article/9108/38/article.pdf.
- [9] K. D. Anggraini, “Desa Sukorejo Kecamatan Sumber Wringin Kabupaten Bondowoso Tahun 2009-2016,” Universitas Jember, 2018.
- [10] H. F. Papatungan, Z. E. Tamod, and D. D. Pioh, “Strategi Pengelolaan Agrowisata Kebun Kopi Di Desa Purworejo Timur, Kabupaten Bolaang Mongondow Timur,” *Agri-Sosioekonomi*, vol. 13, no. 3, p. 77, 2017, doi: 10.35791/agrsosek.13.3.2017.17956.
- [11] N. Lestari, S. Amanah, P. Muljono, and D. Susanto, “Pengaruh Profil Petani Pengelola Agrowisata terhadap Kapasitas Pemanfaatan Teknologi Komunikasi Digital di Kabupaten Bojonegoro dan Malang, Provinsi Jawa Timur,” *Agrar. J. Agribus. Rural Dev. Res.*, vol. 5, no. 1, 2019, doi: 10.18196/agr.5176.
- [12] Nami Fitricia Pasaribu, “Strategi Bauran Pemasaran Di Agrowisata Buana Ametha Sari,” *BINUS Bus. Rev.*, vol. 4, no. 2, pp. 791–797, 2017, [Online]. Available: <https://swa.co.id/youngster-inc/entrepreneur-youngsterinc/raja-stroberi-dari-pasir-ipsis>.
- [13] S. Karagiannis and D. Stavroulakis, “Development of agrotourism through the application of internet technologies: Problems and perspectives,” *CEUR Workshop Proc.*, vol. 1152, no. Haicta, pp. 299–308, 2011.
- [14] S. Zoto, E. Qirici, and E. Polena, “Agrotourism - A sustainable development for rural area of Korca,” *Eur. Acad. Res.*, vol. 1, no. 2, pp. 209–223, 2013.
- [15] I. C. Ceylan, “Rural women and agrotourism in the context of sustainable rural development: A case study from Turkey,” *Environ. Dev. Sustain.*, vol. 6, no. 4, pp. 473–486, 2005, doi: 10.1007/s10668-005-5633-y.
- [16] R. Aridiansari, E. Elih, and K. Puji, “Pengembangan Agrowisata Di Desa Wisata Tulungrejo Kota Batu, Jawa Timur,” *Pengemb. Agrowisata Di Desa Wisata Tulungrejo Kota Batu, Jawa Timur*, vol. 3, no. 5, pp. 383–390, 2015.
- [17] I. P. D. Swastika, M. K. Sri Budhi, and M. H. Urmila Dewi, “Analisis Pengembangan Agrowisata Untuk Kesejahteraan Masyarakat Di Kecamatan Petang, Kabupaten Badung,” *E-Jurnal Ekon. dan Bisnis Univ. Udayana*, vol. 12, p. 4103, 2017, doi: 10.24843/eeb.2017.v06.i12.p03.
- [18] I. G. Palit, C. Talumingan, and G. A. J. Rumagit, “Strategi Pengembangan Kawasan Agrowisata Rurukan,” *Agri-Sosioekonomi*, vol. 13, no. 2A, p. 21, 2017, doi: 10.35791/agrsosek.13.2a.2017.16558.
- [19] Purwowibowo, “Gombengsari: Desa Wisata Berbasis Kebun Kopi, Kampoeng Kopi, Dan Peternakan Kambing Etawa,” *J. Tour. Creat.*, vol. 5, no. 1, pp. 36–45, 2021.
- [20] Radite Wanudya Apsari, Egi Nursari Billah, and Nailul Insan, “Dampak Covid-19 Terhadap Pengelolaan Agrowisata Perkebunan Teh Sirah Kencong Kabupaten Blitar sebagai Obyek Wisata Berkelanjutan,” *EDUTOURISM J. Tour. Res.*, vol. 2, no. 02, pp. 61–72, 1970, doi: 10.53050/ejtr.v2i02.139.
- [21] T. Yuliantika, “Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Harga Jual Beli Kopi Ditinjau Menurut Ekonomi Islam (Studi Kasus Desa Tebat Gabus Kecamatan Kisam Tinggi Kabupaten Oku Selatan),” Universitas Muhammadiyah Palembang, 2021.
- [22] L. Muliawanti and D. Susanti, “Digitalisasi Destinasi sebagai Strategi Pengembangan Promosi Pariwisata di Kabupaten Magelang,” *War. ISKI*, vol. 3, no. 02, pp. 135–143, 2020, doi: 10.25008/wartaiski.v3i02.53.
- [23] S. W. Purwowibowo, “Plantation Tour Model: Peningkatan kunjungan wisatawan berbasis kebun kopi di wilayah Jember dan Banyuwangi,” in *Prosiding Seminar*

- Nasional Pariwisata*, 2021, no. September 2019.
- [24] R. Komalasari, P. Pramesti, and B. Harto, "Teknologi Informasi E-Tourism Sebagai Strategi Digital Marketing Pariwisata," *Altasia J. Pariwisata Indones.*, vol. 2, no. 2, pp. 163–170, 2020, doi: 10.37253/altasia.v2i2.559.