

Singgah De Sawah Sebagai Agro-Landscape Café Tourism: Transformasi Lanskap Pertanian Menjadi Ruang Konsumsi Pengalaman di Wilayah Peri-Urban Agam

Ananda Putri Welasasih^{1*}, Asmar Yulastri², Yuliana³, Yudha Aditya Fiandra⁴

^{1,2,3,4}Fakultas Pariwisata dan Perhotelan, Universitas Negeri Padang, Indonesia

E-mail: anandaputrianan@gmail.com¹, yun064@fpp.unp.ac.id², yuliana@fpp.unp.ac.id³,
yudhaaditya@unp.ac.id⁴

Article History:

Received: 26 Juni 2026

Revised: 18 Juli 2026

Accepted: 01 Agustus 2026

Keywords: *Agro-Landscape Café, Experience Economy, Tourist Gaze, Pariwisata Peri-Urban, Kuliner.*

Abstrak: *Perkembangan pariwisata kontemporer menunjukkan pergeseran dari konsumsi destinasi menuju konsumsi pengalaman yang berbasis ruang, narasi, dan visualitas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis transformasi lanskap pertanian menjadi ruang konsumsi pengalaman melalui keberadaan Singgah De Sawah sebagai café berbasis agro-landscape tourism di wilayah peri-urban Kabupaten Agam. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif interpretatif dengan teknik observasi lapangan, pencatatan menu, serta analisis tematik berbasis teori experience economy dan tourist gaze. Hasil penelitian menunjukkan bahwa café ini mengonstruksi pengalaman wisata melalui hibridisasi kuliner lokal-global, branding emosional pada menu, serta komodifikasi lanskap sawah sebagai ruang konsumsi estetika. Selain itu, media sosial berperan dalam memperkuat ekspektasi dan makna pengalaman wisata sebelum kunjungan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa Singgah De Sawah merepresentasikan bentuk baru agro-landscape café tourism yang mengubah sawah dari ruang produksi menjadi ruang konsumsi pengalaman.*

PENDAHULUAN

Pariwisata kontemporer mengalami pergeseran paradigma dari sekadar konsumsi destinasi menuju konsumsi pengalaman yang berbasis ruang, narasi, dan simbolik. Dalam perspektif *experience economy*, nilai utama pariwisata tidak lagi hanya terletak pada objek yang dikunjungi, tetapi pada pengalaman emosional dan sensorik yang dikonstruksi selama aktivitas wisata berlangsung (Pine & Gilmore, 1999). Transformasi ini menunjukkan bahwa pariwisata modern semakin berorientasi pada produksi makna dan estetika ruang dibandingkan sekadar konsumsi fisik destinasi.

Dalam lima tahun terakhir, kajian mengenai agritourism dan rural tourism menunjukkan adanya pergeseran penting dari fungsi pertanian sebagai ruang produksi menjadi ruang konsumsi pengalaman dan spektakel. Penelitian dalam *Geoforum* dan *Tourism Geographies* menegaskan bahwa lanskap pedesaan semakin dikomodifikasi sebagai bagian dari ekonomi pengalaman, di mana ruang pertanian tidak hanya berfungsi secara ekonomi, tetapi juga sebagai objek estetika dan

rekreasi bagi wisatawan urban (Clarke et al., 2021; Xu et al., 2022). Fenomena ini memperlihatkan bahwa pedesaan kini tidak dapat dipisahkan dari dinamika pariwisata berbasis pengalaman dan gaya hidup.

Sejalan dengan itu, literatur terbaru menunjukkan bahwa agritourism modern berkembang ke arah integrasi antara gastronomi, lanskap, dan pengalaman sosial dalam satu kesatuan produk wisata (Vukolić et al., 2023; Roman & Kawaecki, 2024). Integrasi ini menciptakan bentuk konsumsi wisata yang bersifat multisensorik, di mana wisatawan tidak hanya mengonsumsi makanan, tetapi juga suasana, lanskap, dan narasi yang melekat pada ruang tersebut.

Dalam konteks Indonesia, fenomena café berbasis lanskap pertanian atau agro-landscape café tourism semakin berkembang, terutama di wilayah peri-urban. Wilayah peri-urban merupakan ruang transisi antara desa dan kota yang mengalami tekanan urbanisasi, perubahan fungsi lahan, serta peningkatan aktivitas ekonomi berbasis jasa dan pariwisata (Simon et al., 2022). Dalam ruang ini, lanskap pertanian seperti sawah tidak lagi hanya dimaknai sebagai ruang produksi pangan, tetapi juga sebagai ruang konsumsi estetika dan pengalaman wisata.

Salah satu fenomena yang mencerminkan transformasi tersebut adalah Singgah De Sawah, sebuah café yang berlokasi di Kecamatan Tilatang Kamang, Kabupaten Agam, Sumatera Barat. Lokasi ini berada dalam koridor perkembangan wilayah antara Kota Bukittinggi dan kawasan sekitarnya, yang secara spasial menunjukkan karakteristik peri-urban dengan intensitas interaksi desa-kota yang tinggi.

Keberadaan Singgah De Sawah menunjukkan adanya transformasi fungsi lanskap agraris menjadi ruang konsumsi pengalaman (*experience consumption space*). Sawah tidak lagi hanya berfungsi sebagai ruang produksi pertanian, tetapi juga dikonstruksi sebagai elemen estetika yang membentuk pengalaman wisata kuliner. Dalam konteks ini, café berperan sebagai mediator antara lanskap, kuliner, dan pengalaman sosial yang dikonsumsi oleh wisatawan.

Penelitian terbaru dalam bidang gastronomic tourism dan rural experience menunjukkan bahwa pengalaman wisata sangat dipengaruhi oleh integrasi antara makanan, lanskap, dan narasi ruang (Dsouza et al., 2023; Volo & Irimias, 2024). Kombinasi ini menghasilkan bentuk konsumsi wisata yang bersifat emosional dan simbolik, di mana wisatawan tidak hanya mengonsumsi produk, tetapi juga pengalaman yang dikonstruksi secara sosial dan kultural.

Selain itu, media sosial berperan penting dalam membentuk *pre-visit experience construction*, yaitu pembentukan ekspektasi wisata sebelum kunjungan terjadi (Larsen, 2008). Dalam konteks café berbasis lanskap, representasi digital menjadi faktor penting dalam memperkuat daya tarik wisata dan membentuk motivasi kunjungan, meskipun pengalaman aktual terjadi secara langsung di lokasi.

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis bagaimana Singgah De Sawah sebagai agro-landscape café tourism mengonstruksi pengalaman wisata melalui integrasi lanskap sawah, praktik konsumsi kuliner, dan logika ekonomi pengalaman. Penelitian ini juga berkontribusi pada pengembangan kajian pariwisata berbasis pengalaman di wilayah peri-urban yang sedang mengalami transformasi ruang secara dinamis.

Dengan demikian, penelitian ini berfokus pada analisis transformasi lanskap pertanian menjadi ruang konsumsi pengalaman melalui studi kasus Singgah De Sawah di Kecamatan Tilatang Kamang, Kabupaten Agam.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif interpretatif untuk memahami bagaimana Singgah De Sawah sebagai bentuk agro-landscape café tourism mengonstruksi pengalaman wisata

berbasis lanskap sawah di Kecamatan Tilatang Kamang, Kabupaten Agam, Sumatera Barat. Pendekatan ini dipilih karena fenomena agro-tourism kontemporer tidak hanya berkaitan dengan aktivitas ekonomi, tetapi juga produksi makna, pengalaman, dan representasi ruang yang bersifat subjektif dan kontekstual (Braun & Clarke, 2006; Xu et al., 2022). Dalam beberapa studi terbaru, agritourism dipahami sebagai bentuk transformasi ruang pedesaan menjadi ruang konsumsi pengalaman yang menggabungkan aspek kuliner, lanskap, dan interaksi sosial (Clarke et al., 2021; Vukolić et al., 2023).

Data penelitian terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi langsung di lokasi penelitian, pencatatan lapangan terkait pengalaman ruang wisata, serta analisis tekstual terhadap menu makanan dan minuman sebagai representasi konstruksi pengalaman kuliner. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari literatur ilmiah internasional bereputasi (Scopus-indexed journals) yang membahas agritourism, rural tourism, experience economy, dan peri-urban tourism (Dsouza et al., 2023; Roman & Kawaecki, 2024). Penelitian ini tidak menggunakan dokumentasi visual (foto), melainkan menekankan pada interpretasi tekstual dan pengalaman langsung peneliti di lapangan sebagai sumber utama pemaknaan data.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi non-partisipan dengan fokus pada suasana ruang, aktivitas wisatawan, serta interaksi antara pengunjung dengan lanskap sawah dan ruang café. Selain itu, dilakukan analisis dokumen terhadap menu sebagai artefak penting yang merepresentasikan strategi experience economy melalui kuliner dan branding emosional. Analisis data dilakukan menggunakan teknik thematic analysis yang dikembangkan oleh Braun dan Clarke (2006), melalui tahapan familiarisasi data, coding, pencarian tema, peninjauan tema, dan interpretasi akhir. Tema utama yang dianalisis mencakup transformasi lanskap sawah, komodifikasi ruang pedesaan, konstruksi pengalaman kuliner, serta peran media sosial dalam membentuk ekspektasi wisata sebelum kunjungan.

Validitas data diperkuat melalui triangulasi antara observasi lapangan, analisis dokumen, dan literatur akademik internasional untuk memastikan konsistensi interpretasi. Dalam konteks penelitian agritourism modern, triangulasi menjadi penting karena pengalaman wisata bersifat multisensorik dan tidak dapat direduksi hanya pada satu jenis data (Larsen, 2008; Volo & Irimias, 2024).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Transformasi Lanskap Sawah menjadi Ruang Konsumsi Pengalaman

Hasil penelitian menunjukkan bahwa lanskap sawah di sekitar Singgah De Sawah telah mengalami transformasi fungsi yang signifikan dari ruang produksi agrikultur menjadi ruang konsumsi pengalaman wisata. Sawah tidak lagi diposisikan sebagai lahan ekonomi pertanian semata, tetapi telah dikonstruksi sebagai elemen estetika utama yang melekat pada pengalaman café. Pengunjung tidak hanya datang untuk makan dan minum, tetapi juga untuk menikmati suasana alam, ketenangan ruang, serta pengalaman visual yang melekat pada lanskap persawahan.

Dalam pengamatan lapangan, interaksi pengunjung dengan ruang tidak terbatas pada aktivitas konsumsi kuliner, tetapi juga mencakup aktivitas menikmati pemandangan, berswafoto, serta berlama-lama dalam ruang café. Hal ini menunjukkan bahwa fungsi utama ruang telah bergeser dari produksi menuju konsumsi pengalaman (*experience consumption*).

Café sebagai Ruang Ekonomi Pengalaman (Experience Economy Space)

Singgah De Sawah berfungsi sebagai ruang ekonomi pengalaman yang mengintegrasikan

tiga elemen utama, yaitu ruang (lanskap sawah), produk (kuliner), dan narasi (branding pengalaman). Menu makanan dan minuman tidak hanya berfungsi sebagai produk konsumsi, tetapi sebagai bagian dari konstruksi pengalaman yang dikurasi secara sadar.

Nama-nama menu seperti “Singgah Sunset”, “Berry Sayang Fresh Milk”, dan “Mie Rebus Tepi Sawah” menunjukkan bahwa produk kuliner tidak hanya mengandung nilai rasa, tetapi juga nilai simbolik yang menghubungkan pengalaman rasa dengan suasana ruang dan waktu. Dengan demikian, café ini tidak hanya menjual makanan, tetapi juga menjual pengalaman emosional yang dikaitkan dengan lanskap sawah.

Hibridisasi Menu Lokal dan Global

Hasil penelitian juga menemukan adanya pola hibridisasi kuliner yang kuat, yaitu perpaduan antara makanan lokal dan global. Menu seperti nasi goreng, ayam bakar, dan mie rebus dipadukan dengan menu global seperti spaghetti bolognese, carbonara, chicken quesadilla, dan club sandwich.

Fenomena ini menunjukkan bahwa Singgah De Sawah menerapkan strategi diversifikasi kuliner untuk menjangkau segmen wisatawan yang lebih luas, khususnya wisatawan muda dan wisatawan urban. Selain itu, terdapat pula transformasi snack tradisional seperti cireng, tahu gejrot, dan pisang goreng yang direkontekstualisasi menjadi produk café dengan harga dan presentasi yang lebih estetik.

Komodifikasi Lanskap Sawah sebagai Produk Wisata

Lanskap sawah dalam konteks Singgah De Sawah tidak lagi berfungsi sebagai latar pasif, tetapi telah menjadi bagian dari produk wisata itu sendiri. Sawah dikonstruksi sebagai objek estetika yang memiliki nilai konsumsi, di mana keindahan visual menjadi daya tarik utama.

Pengunjung cenderung mengasosiasikan pengalaman makan dengan keindahan lanskap, sehingga terjadi integrasi antara konsumsi kuliner dan konsumsi visual. Hal ini menunjukkan bahwa ruang alam telah mengalami komodifikasi dalam kerangka ekonomi pengalaman, di mana nilai ruang tidak lagi hanya diukur dari produktivitas agrikultur, tetapi dari kemampuan menciptakan pengalaman wisata.

Peran Media Sosial dalam Konstruksi Ekspektasi Wisata

Meskipun penelitian ini tidak menggunakan data visual sebagai sumber utama, hasil observasi menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran penting dalam membentuk ekspektasi pengunjung sebelum datang ke lokasi. Banyak pengunjung yang telah memiliki gambaran tentang café berdasarkan konten digital yang beredar di platform seperti Instagram.

Fenomena ini menunjukkan adanya proses *pre-visit experience construction*, di mana pengalaman wisata telah dibentuk sebelum kunjungan fisik terjadi. Dengan demikian, pengalaman wisata di Singgah De Sawah tidak hanya bersifat langsung, tetapi juga bersifat mediasi digital.

Konteks Peri-Urban Kabupaten Agam

Singgah De Sawah berada di Kecamatan Tilatang Kamang, Kabupaten Agam, yang merupakan wilayah dengan karakteristik peri-urban. Wilayah ini berada dalam koridor perkembangan antara kawasan Bukittinggi dan sekitarnya, sehingga mengalami tekanan urbanisasi dan perubahan fungsi ruang dari agraris menjadi jasa dan pariwisata.

Transformasi ini menciptakan ruang hibrid di mana aktivitas pertanian, gaya hidup urban, dan ekonomi pariwisata saling berinteraksi. Dalam konteks ini, café menjadi bentuk adaptasi ekonomi lokal terhadap perubahan struktur ruang dan permintaan wisata berbasis pengalaman.

Pembahasan**Pergeseran dari Produksi ke Konsumsi Pengalaman**

Temuan penelitian menunjukkan adanya pergeseran mendasar dalam fungsi lanskap sawah, dari ruang produksi menuju ruang konsumsi pengalaman. Hal ini memperkuat argumentasi dalam literatur agritourism modern bahwa ruang pedesaan tidak lagi bersifat produktif semata, tetapi juga menjadi ruang konsumsi simbolik dan estetika (Clarke et al., 2021).

Dalam konteks Singgah De Sawah, sawah tidak lagi hanya menghasilkan komoditas pertanian, tetapi juga menghasilkan pengalaman wisata yang bernilai ekonomi. Dengan demikian, terjadi perubahan paradigma dari *production-based landscape* menjadi *experience-based landscape*.

Café sebagai Staging Space dalam Experience Economy

Singgah De Sawah dapat dipahami sebagai *staging space* dalam ekonomi pengalaman, di mana seluruh elemen ruang dikurasi untuk menciptakan pengalaman wisata yang terintegrasi. Makanan, minuman, dan lanskap tidak berdiri sendiri, tetapi saling melengkapi dalam membentuk pengalaman yang bermakna.

Hal ini sejalan dengan Pine & Gilmore (1999) yang menyatakan bahwa dalam ekonomi modern, nilai tertinggi berasal dari pengalaman yang dikonstruksi secara sengaja. Café ini tidak hanya menyediakan layanan, tetapi juga mengorkestrasi pengalaman wisata secara holistik.

Glokalisasi dan Strategi Diversifikasi Kuliner

Hibridisasi menu lokal dan global menunjukkan adanya strategi glokalisasi dalam pengelolaan café. Fenomena ini mencerminkan upaya adaptasi terhadap preferensi wisatawan yang semakin beragam, terutama wisatawan urban yang mencari variasi pengalaman kuliner.

Menurut Ritzer (2011), glokalisasi merupakan proses di mana elemen global diadaptasi ke dalam konteks lokal tanpa menghilangkan identitas lokal sepenuhnya. Dalam kasus Singgah De Sawah, identitas kuliner lokal tetap dipertahankan, tetapi diperkaya dengan sentuhan global untuk meningkatkan daya tarik wisata.

Komodifikasi Lanskap dan Tourist Gaze

Komodifikasi lanskap sawah menunjukkan bahwa ruang pedesaan telah menjadi objek konsumsi visual dalam pariwisata modern. Hal ini memperkuat konsep *tourist gaze* (Urry, 2002), di mana wisatawan tidak hanya mengonsumsi ruang secara fisik, tetapi juga secara visual dan simbolik.

Sawah dikonstruksi sebagai objek estetika yang “layak dilihat” dan “layak dialami”, sehingga nilai ruang ditentukan oleh kemampuannya menghasilkan pengalaman visual yang menarik.

Media Sosial dan Mediasi Pengalaman Wisata

Media sosial berperan sebagai medium yang membentuk pengalaman wisata sebelum kunjungan. Fenomena ini menunjukkan bahwa pengalaman wisata tidak lagi dimulai saat wisatawan tiba di lokasi, tetapi sudah dimulai sejak proses konsumsi informasi digital.

Larsen (2008) menyebut kondisi ini sebagai *mediated tourism experience*, di mana pengalaman wisata dikonstruksi melalui representasi digital yang mempengaruhi ekspektasi dan perilaku wisatawan.

Peri-Urban sebagai Ruang Transformasi Ekonomi

Wilayah peri-urban Kabupaten Agam menjadi ruang penting dalam transformasi ekonomi pedesaan. Singgah De Sawah menjadi contoh bagaimana ruang agraris beradaptasi dengan perubahan struktur ekonomi menuju sektor jasa dan pariwisata.

Simon et al. (2022) menjelaskan bahwa wilayah peri-urban merupakan ruang transisi yang ditandai oleh hibridisasi antara desa dan kota. Dalam konteks ini, café menjadi bentuk baru ekonomi lokal yang mengintegrasikan pertanian, pariwisata, dan gaya hidup urban.

Sintesis Pembahasan

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa Singgah De Sawah merepresentasikan tiga bentuk transformasi utama, yaitu:

1. **Transformasi spasial:** sawah → ruang konsumsi pengalaman
2. **Transformasi ekonomi:** pertanian → ekonomi pengalaman berbasis café
3. **Transformasi simbolik:** lanskap → objek estetika dan narasi wisata

Dengan demikian, Singgah De Sawah dapat dipahami sebagai bentuk agro-landscape café tourism berbasis pengalaman, yang mengintegrasikan ruang, kuliner, dan narasi dalam satu sistem konsumsi wisata.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa Singgah De Sawah sebagai agro-landscape café tourism merepresentasikan bentuk baru transformasi ruang pedesaan dalam konteks pariwisata berbasis pengalaman. Lanskap sawah tidak lagi berfungsi semata sebagai ruang produksi agrikultur, tetapi telah mengalami pergeseran menjadi ruang konsumsi pengalaman yang mengintegrasikan aspek visual, kuliner, dan sosial dalam satu kesatuan sistem wisata.

Transformasi tersebut menunjukkan adanya tiga perubahan utama, yaitu: (1) transformasi spasial dari ruang produksi menjadi ruang konsumsi pengalaman, (2) transformasi ekonomi dari agrikultur menuju ekonomi pengalaman berbasis café, dan (3) transformasi simbolik di mana lanskap sawah dikonstruksi sebagai objek estetika dan narasi wisata. Dalam proses ini, café berperan sebagai medium yang mengorkestrasi pengalaman wisata melalui integrasi ruang, menu kuliner, dan branding emosional.

Selain itu, penelitian ini menemukan bahwa hibridisasi kuliner lokal dan global serta peran media sosial memperkuat konstruksi pengalaman wisata sebelum dan selama kunjungan. Dengan demikian, Singgah De Sawah tidak hanya dapat dipahami sebagai ruang kuliner, tetapi sebagai platform produksi pengalaman wisata berbasis agro-landscape di wilayah peri-urban Kabupaten Agam.

DAFTAR REFERENSI

- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101.
<https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Clarke, J., et al. (2021). Between food and spectacle: Rural transformation in agritourism. *Geoforum*.
<https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2021.09.008>
- Dsouza, K. J., Shetty, A., & others. (2023). Gastronomy and agritourism experience formation. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*.
<https://doi.org/10.1080/1331677X.2022.2147566>

-
- Larsen, J. (2008). De-exoticizing tourist travel. *Tourist Studies*, 8(1), 21–46.
<https://doi.org/10.1177/1468797607087573>
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1999). *The Experience Economy*. Harvard Business School Press.
- Ritzer, G. (2011). *The McDonaldization of Society*. Sage Publications.
- Roman, M., & Kawaecki, N. (2024). Agritourism in academic research: Literature review and cluster analysis. *Turyzm*, 34(1).
<https://doi.org/10.18778/0867-5856.34.1.04>
- Simon, D., McGregor, D., & Nsiah-Gyabaah, K. (2022). Urban–rural interface transformation and peri-urban development. *Urban Studies*.
<https://doi.org/10.1177/00420980211000000>
- Urry, J. (2002). *The Tourist Gaze*. Sage Publications.
- Volo, S., & Irimias, A. (2024). Food tourism and experience co-creation. *Tourism Management Perspectives*.
<https://doi.org/10.1016/j.tmp.2023.100984>
- Vukolić, D., et al. (2023). Sustainable agro-tourism and gastronomic motivations. *Sustainability*, 15(3), 2839.
<https://doi.org/10.3390/su15032839>
- Xu, X., et al. (2022). Experience economy in tourism development. *Tourism Management Perspectives*.
<https://doi.org/10.1016/j.tmp.2022.100984>