

Potensi Agrowisata Petik Stroberi di Nagari Balingka Kecamatan IV Koto Kabupaten Agam

Nurhafifah¹, Sri Mariya²

¹²Program Studi Geografi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Padang
e-mail: nurhafifah0110@gmail.com

Abstrak

Agrowisata dapat dikembangkan dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada dan meminimalkan kelemahan dan ancaman. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis lingkungan internal dan eksternal pada agrowisata petik stroberi di Nagari Balingka dan mengetahui strategi yang tepat dalam pengembangan agrowisata tersebut. Jenis penelitian ini adalah kualitatif melalui analisis deskriptif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode scoring menggunakan matriks IFAS dan EFAS. Analisis yang digunakan yaitu analisis SWOT. Berdasarkan hasil analisis diagram SWOT dari hasil analisis IFAS dan EFAS, diketahui IFAS adalah 1,34 dan EFAS adalah 0,59 yang menunjukkan agrowisata petik stroberi di Nagari Balingka berada pada kuadran 1 yang berarti strategis yang akan diterapkan adalah menggunakan kekuatan dan memanfaatkan peluang yang ada. Terdapat tiga strategi yang diterapkan pada agrowisata Petik Stroberi di Nagari Balingka yaitu (1) Memanfaatkan sumber daya yang ada di agrowisata, (2) Mengembangkan potensi agrowisata dan (3) Meningkatkan manajemen pemasaran di Agrowisata Petik Stroberi di Nagari Balingka.

Kata kunci: *Potensi, Agrowisata, Strategi, SWOT, Stroberi*

Abstract

Agrotourism could be developed by using the available strengths and minimizing the weaknesses and threats. This research aimed to analyze the internal and external environment in the strawberry-picking agrotourism in Balingka and to find out the correct strategy for developing it. The type of research was qualitative through descriptive analysis. The method that was used in this research was scoring method using IFAS and EFAS matrices and the analysis used was SWOT analysis. Based on the result of SWOT diagram's analysis from the result of IFAS and EFAS matrices analysis, it is known that IFAS is 1.34 and EFAS is 0.59 which shows that the strawberry-picking agrotourism in Balingka is in quadrant I. This means that the strategy that will be implemented is by using strength and utilizing the existing opportunities. There are three strategies that can be implemented in the strawberry-

picking agrotourism in Balingka, which are (1) utilizing the available resources in the agrotourism, (2) developing the potential of the agrotourism, and (3) upgrading the marketing management of strawberry-picking agrotourism in Balingka.

Keywords : *Potentials, Agrotourism, Strategies, SWOT, Strawberry*

PENDAHULUAN

Agrowisata merupakan kegiatan wisata yang mengedepankan aktivitas dan budaya masyarakat pertanian dan suasana pedesaan yang masih alami sebagai daya tarik wisatanya. Agrowisata didefinisikan sebagai semua aktivitas yang berkaitan dengan kegiatan wisata yang sekaligus menjadi pembelajaran bagi wisatawan dalam mengenal lebih dekat proses produksi pada sektor pertanian (Damopolii, 2020). Indonesia merupakan negara agraris beriklim tropis yang mempunyai potensi hasil bumi melimpah berupa komoditas hasil pertanian sub sektor tanaman pangan, perkebunan, hortikultura dan peternakan dengan banyak keragaman jenis (Bria dkk, 2020; Pambudi, 2018). Untuk mengembangkan usaha dalam bidang pertanian, dapat digabungkan kegiatan agribisnis dan pariwisata yang memunculkan konsep agrowisata. Salah satu provinsi yang berpotensi dalam pengembangan agrowisata ini adalah Sumatera Barat.

Sumatera Barat telah menetapkan 60 Kawasan Tanaman Pangan dan Hortikultura. Salah satu kawasan tersebut adalah Kabupaten Agam, yang telah menetapkan rencana tata ruang untuk agrowisata yang ditetapkan dalam Perda Kabupaten Agam Nomor 7 Tahun 2021 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten Agam Tahun 2021-2041. Industri Agro dan Pariwisata Kabupaten Agam memiliki kawasan hortikultura seluas 30.620 hektar yang terdapat di seluruh kecamatan di Kabupaten Agam (Peraturan Daerah Kabupaten Agam Nomor 7, 2021).

Stroberi merupakan tanaman semusim dan herba tahunan yang berasal dari Amerika. Melalui perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, stroberi berkembang di daerah tropis seperti Indonesia. Semua varietas stroberi seperti sweet Charlie dan red gantlet umumnya ditanam di daerah beriklim subtropis. Namun, di Indonesia yang merupakan negara tropis sudah banyak pembudidayaan tanaman stroberi di dataran tinggi, yaitu sekitar 1.000 mdpl. Tempat yang cocok untuk bertanam stroberi adalah lahan berpasir yang mengandung tanah liat di lereng pegunungan. Bila ditanam di lahan terbuka, tanah yang cocok adalah tanah liat berpasir, subur, gembur dan mengandung banyak bahan organik (Tulak, 2019; Budiman dan Saraswati, 2008). Stroberi merupakan salah satu tanaman yang bernilai ekonomi tinggi dan mempunyai banyak manfaat. Bagian yang dapat dimakan dari buah stroberi mencapai 96%. Stroberi tidak hanya bisa dimakan dalam kondisi segar, karena stroberi dapat diolah menjadi selai, sirup, dodol, manisan, jus, yoghurt, kue, dan bahan pembantu pembuat es krim (Megasari, 2019). Saat ini, telah banyak petani di Indonesia khususnya di dataran tinggi melakukan budidaya stroberi secara komersial. Produksi buah yang memiliki harga jual yang cukup tinggi serta tingginya minat masyarakat karena warna

buah yang merah mencolok, rasa manis dan segar menjadi alasan kuat budidaya stroberi.

Peluang usaha stroberi yang luas ini mendorong tingginya minat masyarakat membangun agrowisata stroberi (Elvira, 2022). Agrowisata diharapkan akan memberikan manfaat seperti membuka lapangan pekerjaan dan timbulnya usaha mandiri (Andriani, 2020). Salah satu nagari yang menjadi pelopor agrowisata stroberi adalah Nagari Balingka yang terletak di Kecamatan IV Koto, Kabupaten Agam, Sumatera Barat. Nagari Balingka adalah nagari yang ditetapkan sebagai kawasan agrowisata yaitu agrowisata petik stroberi. Agrowisata petik stroberi di Nagari Balingka sangat banyak dikunjungi oleh wisatawan yang banyak berasal dari luar provinsi bahkan dari luar pulau dan terus meningkat sejak awal produksi pada tahun 2021. Para wisatawan dapat memetik buah stroberi di kawasan agrowisata ini ataupun membeli buah yang sudah dikemas. Selain itu para wisatawan juga dapat menikmati pemandangan alam asri pegunungan, areal persawahan yang luas, sungai yang airnya sejuk dan udara yang bersih. Untuk pemasaran stroberi sendiri cakupannya sudah luas mulai dari tingkat lokal seperti untuk konsumen yang konsumsi pribadi maupun untuk konsumen untuk komersil seperti restoran, catering, hotel bahkan hingga diekspor ke luar negeri (Silaban, 2021).

Agrowisata merupakan konsep wisata yang mengkolaborasikan kegiatan belajar dan rekreasi di bidang pertanian (Nurani, 2020). Agrowisata bertujuan untuk memperluas wawasan pengetahuan, pengalaman rekreasi di bidang pertanian. Aktivitas agrowisata akan meningkatkan persepsi petani dan masyarakat mengenai pelestarian lahan pertanian. Pengembangan agrowisata dapat melestarikan sumber daya, melestarikan kearifan dan teknologi lokal, dan meningkatkan kesejahteraan petani. Dengan potensi wisata yang dimiliki oleh Agrowisata Petik Stroberi di Nagari Balingka dapat digabungkan kegiatan agribisnis dan pariwisata yang kemudian dikembangkan menjadi konsep agrowisata.

Permintaan konsumen terhadap buah stroberi di Nagari Balingka meningkat setiap tahunnya. Permintaan buah stroberi ini berasal dari berbagai kota dan kabupaten yang ada di Sumatera Barat, bahkan hingga ke luar provinsi, seperti Provinsi Riau. Peningkatan permintaan buah stroberi ini sudah diiringi dengan penambahan luas lahan budidaya. Namun yang menjadi kendala adalah belum adanya sentralisasi dalam pengelolaan agrowisata di Nagari Balingka. Hal ini akan berdampak terhadap pengembangan agrowisata untuk ke depannya.

Dengan adanya potensi besar di Nagari Balingka, maka perlu disusun strategi untuk pengembangan kawasan agrowisata petik stroberi di sana agar terus menarik wisatawan untuk berkunjung. Penelitian strategi pengembangan berisi tentang bagaimana kondisi internal yang meliputi kekuatan dan kekurangan serta kondisi eksternal yang meliputi peluang serta ancaman pada Agrowisata Petik Stroberi di Nagari Balingka. Strategi sangat penting bagi pengembangan sebuah organisasi dalam rangka mencapai tujuan, baik untuk jangka pendek maupun jangka panjang. Strategi yang digunakan adalah analisis SWOT, yaitu (1) *strengths* (kekuatan) yang

dinilai dari penilaian konsumen; (2) *weakness* (kelemahan) yaitu seperti kendala menemukan sumber daya manusia yang memenuhi kualifikasi yang diperlukan; (3) *opportunities* (peluang) yang berasal dari perkembangan yang terjadi di sekitar; (4) *threats* (ancaman) yang bisa timbul setiap saat, namun apabila ancaman itu dapat diketahui lebih awal, maka jalan untuk mengatasinya dapat ditemukan dengan baik (Purwaningrum, 2021).

Strategi yang dapat dilakukan untuk pengembangan agrowisata stroberi di Nagari Balingka, dapat dilihat dari yang dilakukan oleh Agrowisata Kampung Petani Buah Jeruk Siam di Kecamatan Bangorejo, Kabupaten Banyuwangi di antaranya yaitu: (1) Menciptakan paket wisata dengan agen tour and travel, (2) Menyediakan admin khusus yang bertugas secara rutin melakukan update dan interaksi dengan audience, dan (3) Mengikuti agenda tahunan Banyuwangi Agro Expo (Kurniasanti, 2019).

METODE

Jenis penelitian ini termasuk penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif yang dilakukan melalui analisis deskriptif. Penelitian dilakukan di Nagari Balingka, Kecamatan IV Koto, Kabupaten Agam. Pemilihan lokasi dilakukan secara purposive sampling yaitu suatu metode penentuan daerah penelitian secara sengaja dan terencana dengan pertimbangan bahwa Agrowisata Petik Stroberi yang masih berkembang dan bertujuan agar wisata ini lebih dikenal secara luas dan menjadikan tempat wisata ini ramai dikunjungi wisatawan. Penelitian ini dilakukan pada bulan November hingga Desember 2023. Informan dalam penelitian ini adalah responden yaitu orang atau pelaku yang benar-benar tahu dan menguasai masalah, serta terlibat langsung dengan masalah penelitian.

Metode pengumpulan data yang digunakan untuk data primer dengan melakukan pengamatan langsung (observasi), wawancara dan pengisian kuesioner oleh responden dari pihak pengelola agrowisata. Penelitian ini menggunakan dua kuesioner, yaitu kuesioner penilaian rating dan bobot faktor strategis internal dan eksternal agrowisata menggunakan matriks SWOT. Pengumpulan data sekunder dilakukan dengan cara studi kepustakaan sebagai acuan penulisan yang terkait dengan permasalahan yang diangkat oleh peneliti melalui dokumen, artikel maupun studi literatur mengenai kajian terkait.

Perencanaan strategi pemasaran sangat penting dalam proses pengembangan sebuah unit usaha. Untuk Menyusun strategi harus diketahui faktor-faktor yang terdapat pada lingkungan internal dan lingkungan eksternal yang dapat dijadikan dasar penyusunan strateginya. Lingkungan internal terdiri dari kekuatan dan kelemahan yang meliputi aspek pemasaran, keuangan, sumber daya manusia, operasional, dan sarana prasarana. Sedangkan lingkungan eksternal terdiri dari dari peluang dan ancaman yang meliputi aspek demografi, pemerintah, teknologi, dan kekuatan bersaing (Kurniawati, 2020). Metode pengolahan dan analisis data terdiri dari analisis lingkungan internal, eksternal dan perumusan strategi. Alat analisis data yang digunakan adalah matriks IFAS dan matriks EFAS. Hasil analisis dari matriks IFAS dan

EFAS dimasukkan ke diagram SWOT untuk mengetahui posisi agrowisata saat ini, kemudian dimasukkan ke matriks SWOT sehingga diperoleh alternatif strategi yang layak bagi perusahaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

1. Matriks IFAS

Tabel 1. Matriks IFAS

No		Bobot	Rating	Skor Bobot
<i>Strength</i>				
1	Lokasi Strategis	0,05	3,05	0,15
2	Memiliki Panorama yang indah	0,04	3,95	0,14
3	Masyarakat memiliki modal usaha sendiri	0,08	4,00	0,30
4	Sudah memiliki relasi/jaringan usaha	0,14	4,00	0,55
5	Luas lahan perkebunan yang cukup luas	0,04	2,80	0,12
6	Respon masyarakat positif	0,04	4,00	0,18
7	Membuka lapangan kerja baru	0,06	4,00	0,24
8	Pemasaran hasil produksi	0,09	4,00	0,37
Jumlah <i>Strength</i>				2,05
<i>Weakness</i>				
1	Belum ada sentralisasi pengelolaan agrowisata	0,12	1,00	0,12
2	Penggunaan teknologi masih sederhana dan tradisional	0,06	2,00	0,12
3	Promosi yang belum agresif dan gencar	0,03	2,40	0,07
4	Kurangnya sumber daya manusia yang berpengalaman	0,04	2,75	0,11
5	Belum ada pengelolaan hasil produksi	0,17	1,25	0,22
6	Sarana kurang mendukung	0,04	1,65	0,07
Jumlah <i>Weakness</i>				0,71
Total IFAS				2,76

2. Matriks EFAS

Tabel 2. Matriks EFAS

No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor Bobot
<i>Opportunities</i>				
1	Memiliki tingkat kesuburan tanah yang baik dan ketinggian yang sesuai	0,16	4,00	0,64
2	Prasarana sudah memadai	0,14	3,30	0,47
3	Adanya kebijakan pemberdayaan usaha oleh pemerintah	0,08	4,00	0,32
4	Teknologi yang semakin berkembang	0,07	4,00	0,29
5	Tren gaya hidup masyarakat back to nature	0,08	4,00	0,33
<i>Jumlah Opportunities</i>				2,05
<i>Threats</i>				
1	Perubahan iklim yang tidak menentu	0,06	1,00	0,06
2	Adanya objek wisata lain di sekitar agrowisata	0,19	4,00	0,76
3	Alih fungsi lahan	0,21	3,00	0,64
<i>Jumlah Threats</i>				3,51
Total EFAS				

3. Matriks SWOT

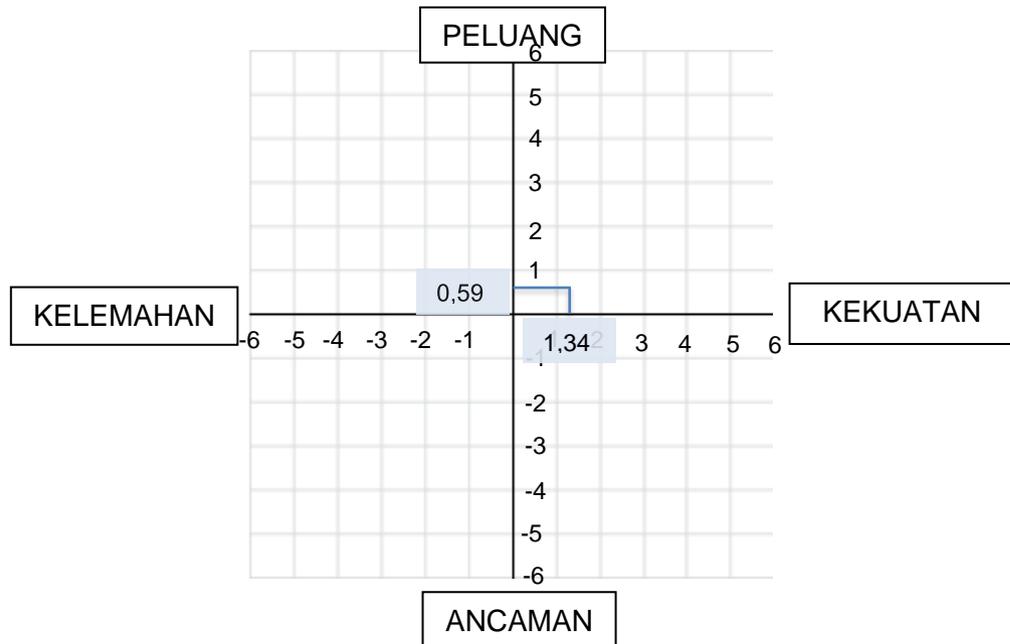
Berdasarkan hasil pengukuran SWOT antara lain faktor internal (IFAS) dan faktor eksternal (EFAS) pada Agrowisata Petik Stroberi di Nagari Balingka diperoleh hasil untuk masing-masing faktor adalah sebagai berikut:

- a. Skor untuk faktor kekuatan : 2,05
- b. Skor untuk faktor kelemahan : 0,71
- c. Skor untuk faktor peluang : 2,05
- d. Skor untuk faktor ancaman : 1,46

Hal tersebut kemudian diolah untuk mengetahui titik koordinat terhadap faktor internal dan eksternal dengan menggunakan analisis SWOT sebagai berikut:

- Sumbu koordinat (x) sebagai faktor internal diperoleh hasil sebesar $2,05 - 0,49 = 1,34$
- Sumbu koordinat (y) sebagai faktor eksternal diperoleh hasil sebesar $2,11 - 1,46 = 0,59$

Berdasarkan hasil titik koordinat diatas menunjukkan bahwa titik koordinat positif. Diagram SWOT dapat dilihat pada gambar berikut ini.



Berdasarkan hasil diagram SWOT menunjukkan bahwa strategi yang seharusnya dilakukan pada kuadran I, yang berarti situasi pada Agrowisata Petik Stroberi di Nagari Balingka pada posisi yang menguntungkan. Kondisi pada Agrowisata Petik Stroberi di Nagari Balingka memiliki kekuatan yang dapat dimaksimalkan dengan mengoptimalkan peluang yang ada. Strategi terkait pengembangan Agrowisata Petik Stroberi adalah Strategi S-O dapat dilihat pada matriks SWOT. Analisis matriks SWOT menghasilkan strategi yang dikembangkan dalam empat tipe strategi pengembangan. Strategi SO (*Strength-Opportunities*), WO (*Weakness-Opportunities*), ST (*Strength-Threats*), dan WT (*Weakness-Threats*).

Tabel 3. Matriks SWOT

	<i>Strength (T)</i>	<i>Weakness (W)</i>
Faktor-Faktor Internal (IFAS)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi strategis 2. Memiliki panorama yang indah 3. Masyarakat memiliki modal usaha sendiri 4. Sudah memiliki relasi/jaringan usaha 5. Luas lahan perkebunan yang cukup luas 6. Respon masyarakat positif 7. Membuka lapangan kerja baru 8. Pemasaran hasil produksi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Belum sentralisasi pengelolaan agrowisata 2. Penggunaan teknologi masih sederhana dan tradisional 3. Promosi yang belum agresif dan gencar 4. Kurangnya sumber daya manusia yang berpengalaman 5. Belum ada pengelolaan hasil produksi 6. Sarana kurang mendukung
Faktor-faktor Eksternal (EFAS)		
Opportunity (O)	<p><u>Strategi SO</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki tingkat kesuburan tanah yang baik dan ketinggian yang sesuai 2. Prasarana sudah memadai 3. Adanya kebijakan pemberdayaan usaha oleh pemerintah 4. Teknologi yang semakin berkembang 5. Tren gaya hidup <i>back to nature</i> di masyarakat 	<p><u>Strategi WO</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan kerjasama antara <i>stakeholder</i> dan pengelola (W1, O3) 2. Memanfaatkan teknologi untuk produksi (W2, W5, O1, O4) 3. Memanfaatkan teknologi untuk promosi dan pemasaran (W2, W3, O4, O5) 4. Meningkatkan manajemen sumber daya manusia (W4, O3) 5. Pengelolaan hasil produksi (W4) 6. Meningkatkan sarana wisata (W6, O2)

Threats (T)	<u>Strategi ST</u>	<u>Strategi WT</u>
1. Perubahan iklim yang tidak menentu	1. Meminimalkan akibat perubahan iklim (S1, S2, S5, T1)	1. Sinergi agrowisata dengan stakeholder (W1, T2, T3)
2. Adanya objek wisata lain di sekitar agrowisata	2. Meningkatkan sarana agrowisata (S1, S2, S3, S5, S6, T2, T3)	2. Peningkatan kualitas SDM dan pengelolaan kebun (W2, W4, T3, T4)
3. Alih fungsi lahan		3. Menggencarkan promosi (W3, T2) 4. Meningkatkan sarana agrowisata (W6, T2).

Pembahasan

Pada temuan ini peneliti menemukan dua temuan, yaitu 1) Kondisi lingkungan internal dan eksternal pada kawasan agrowisata petik stroberi di Nagari Balingka, dan 2) Strategi yang dibutuhkan dalam pengembangan kawasan agrowisata stroberi di Nagari Balingka. Untuk mengetahui potensi agrowisata petik stroberi di Nagari Balingka, maka perlu untuk mengetahui kondisi internal dan eksternal pada kawasan agrowisata tersebut yaitu sebagai berikut:

1. Kondisi lingkungan internal
 - a. Kekuatan (*Strengths*)
 - 1) Lokasi strategis
 - 2) Memiliki panorama yang indah
 - 3) Masyarakat memiliki modal sendiri
 - 4) Sudah memiliki relasi/jaringan usaha
 - 5) Lahan perkebunan yang cukup luas
 - 6) Respon masyarakat positif
 - 7) Membuka lapangan kerja baru
 - 8) Pemasaran hasil produksi
 - b. Kelemahan (*Weaknesses*)
 - 1) Belum ada sentralisasi pengelolaan agrowisata
 - 2) Penggunaan teknologi masih sederhana dan tradisional
 - 3) Promosi yang belum agresif dan gencar
 - 4) Kurangnya sumber daya manusia yang berpengalaman
 - 5) Belum ada pengelolaan hasil produksi
 - 6) Sarana kurang mendukung
2. Kondisi lingkungan eksternal
 - a. Peluang (*Opportunities*)
 - 1) Memiliki tingkat kesuburan tanah yang baik dan ketinggian yang sesuai
 - 2) Prasarana sudah memadai
 - 3) Adanya kebijakan pemberdayaan usaha oleh pemerintah

- 4) Teknologi yang semakin berkembang
- 5) Tren gaya hidup masyarakat *back to nature*
- b. Ancaman (*Threats*)
 - 1) Perubahan iklim yang tidak menentu
 - 2) Adanya objek wisata lain di sekitar agrowisata
 - 3) Alih fungsi lahan

Berdasarkan hasil pengukuran diagram SWOT antara lain faktor internal (IFAS) dan faktor eksternal (EFAS) pada Agrowisata Petik Stroberi di Nagari Balingka yang menunjukkan bahwa Agrowisata Petik Stroberi di Nagari Balingka berada pada kuadran I, maka strategi yang paling tepat adalah strategi SO (*Strength-Opportunities*). Strategi SO memaksimalkan kekuatan yang ada dan mengoptimalkan peluang yang ada di Agrowisata. Berikut rumusan strategi SO berdasarkan matriks SWOT diatas adalah sebagai berikut:

1. SO-1: Memanfaatkan sumber daya yang ada di Agrowisata Petik Stroberi di Nagari Balingka baik sumber daya alam, manusia maupun modal sehingga dapat memberikan manfaat ekonomi, sosial dan lingkungan yang lebih baik bagi masyarakat setempat.
2. SO-2: Mengembangkan potensi agrowisata yang belum dikembangkan dengan maksimal dengan memanfaatkan sumber daya yang ada untuk mengembangkan Agrowisata Petik Stroberi di Nagari Balingka secara berkelanjutan.
3. SO-3: Meningkatkan manajemen pemasaran dengan menentukan sasaran dan pasar wisatawan yang spesifik menggunakan sumber daya yang ada di agrowisata untuk melayani sasaran pasar dengan baik.

SIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini adalah analisis diagram SWOT dari hasil analisis IFAS dan EFAS, diketahui IFAS adalah 1,34 dan EFAS adalah 0,59. Dengan demikian, Agrowisata Petik Stroberi di Nagari Balingka berada pada kuadran I yang berarti strategi yang akan diterapkan adalah menggunakan kekuatan dan memanfaatkan peluang yang ada. Terdapat tiga strategi yang diterapkan pada Agrowisata Petik Stroberi di Nagari Balingka yaitu (1) memanfaatkan sumber daya yang dimiliki dan terdapat di agrowisata, (2) mengembangkan potensi agrowisata, (3) meningkatkan manajemen pemasaran di agrowisata. Maka dari itu diharapkan strategi SWOT yang telah dirumuskan dapat diimplementasikan dalam pengembangan Agrowisata Petik Stroberi di Nagari Balingka.

DAFTAR PUSTAKA

Andriani, N.L., dkk. 2020. Analisis Potensi Agrowisata Untuk Pengembangan Ekonomi Lokal di Kampung Kuriman Panorama Baru Kota Bukittinggi. *Jurnal Planologi*, 17(1), 48-73.

- Bria, A., dkk. 2020. Strategi Pengembangan Usaha Strawberry di Agrowisata Petik Strawberry. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 16(3), 226-238.
- Damopolli, E. N., dkk. 2020. Dampak Agrowisata D'Mooat Strawberi Terhadap Pendapatan Rumah Tangga Petani Hortikultura di Kecamatan Moaat Kabupaten Bolaang Mongondow Timur, Sulawesi Utara. *Jurnal Agrinesia*, 5(1), 16-23.
- Elvira, S., dkk. 2022. Analisis Keberlanjutan Agrowisata Berbasis Pertanian Berkelanjutan: Studi Kasus Kebun Strawberry "Upang". *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 15(2), 123-136.
- Kabupaten Agam. 2021. *Peraturan Daerah Nomor 7 tahun 2021 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten Agam Tahun 2021-2041*. Agam: Pemerintah Kabupaten Agam.
- Kurniawati, R., Marlina, N. 2020. Analisis SWOT Sebagai Dasar Perencanaan Strategi Pemasaran Pada Agrowisata Belimbing Karangsari Kota Blitar. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 6(2), 191-203.
- Kurniasanti, S.A. 2019. Analisis Strategi Pengembangan Agrowisata (Studi Kasus Kampung Petani Buah Jeruk Siam di Kecamatan Bangorejo-Banyuwangi), 3(1), 65-76.
- Megasari, R. 2019. Pengaruh Varietas Pada Berbagai Konsentrasi Pupuk Daun Terhadap Pertumbuha dan Hasil Tanaman Stroberi (*Fragaria Sp.*). *Jurnal Agercolere*, 1(2), 44-50.
- Nurani, R., dkk. 2020. Strategi Pengembangan Agrowisata Jollong di Kabupaten Pati. *Jurnal Pariwisata*, 7(2), 80-91.
- Purwaningrum, H. 2021. Faktor Eksternal dan Internal dalam Pengembangan Daya Tarik Wisata Taman Buah Kusuma Agrowisata Kabupaten Batu Malang. *Jurnal Pariwisata dan Budaya*, 11(2), 137-143.
- Silaban, M.G.D., dkk. 2021. Strategi Pengembangan Agribisnis Stroberi Pada CV. Bumi Agro Technology, Jawa Barat. *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 7(1), 169-185.
- Tulak, A., dkk. 2019. Pengembangan Budi Daya Stroberi di Distrik Walesi Kabupaten Jayawijaya. *Jurnal Ilmiah Agribisnis, Ekonomi, Sosial*, 3(1), 32-40.