

ANALISIS POTENSI AGROWISATADI KABUPATEN KARO

Apprila Natasya Br Surbakti, Isnaini Harahap, Annio Indah Lestari

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

apprilianatasya@gmail.com, isnaini.harahap@uinsu.ac.id,

ujiskripsiannio@gmail.com

Abstract

The potential of Agrotourism in Karo Regency is very well developed for the future. Tourism visiting Karo Regency from year to year continues to increase because Karo Regency is a Regency known for its types of plants and tourism. The geographical area which is located in a mountainous/highland area makes Karo Regency has the potential to become a tourism destination. The coolness of nature is an aspect that triggers tourist interest to visit tourist areas in Karo Regency. The tourism targets in Karo Regency are natural tourism objects, cultural tourism, historical heritage, agro-tourism, and playgrounds. This research aims to identify the potential for developing agro-tourism in Karo District and identify strategies regarding efforts to develop agro-tourism in Karo District. This research uses a descriptive qualitative approach and SWOT analysis. Based on the results of the internal analysis of Agrotourism in Karo Regency, there are three strengths including strategic location, having a beautiful panorama and the community giving a good response to Agrotourism in Karo Regency. The weakness is the lack of technology that is still used in Agrotourism in Karo Regency itself is still simple or traditional, there are limitations on facilities and facilities in Agrotourism gardens in Karo Regency, and promotions that have not been aggressive and intensive. Based on the results of the external environment of Agrotourism in Karo Regency, opportunities are obtained, namely technology that is growing, the number of visitors during the holiday period is increasing, people's lifestyles (back tone). The results of the SWOT analysis of Agrotourism Potential in Karo Regency that the results in the IFAS and EFAS Matrix tables of Agrotourism Potential in Karo Regency are in cell I, namely the situation

where Agrotourism in Karo Regency is located in Growth, namely Concentration on Vertical Integration, namely the strategy of using Backward integration (shifting the role of suppliers)) or Forward Integration (switching the role of distributor).

Keywords: Potential, Agrotourism, SWOT Analysis

Abstrak

Potensi Agrowisata di Kabupaten Karo sangat baik dikembangkan untuk masa yang akan datang. Pariwisata yang berkunjung ke Kabupaten Karo dari tahun ke tahun terus meningkat karena Kabupaten Karo ialah Kabupaten yang dikenal oleh jenis tanaman dan pariwisatanya. Wilayah geografis yang terletak di daerah pegunungan/daratan tinggi menjadikan Kabupaten Karo memiliki potensi supaya menjadi destinasi pariwisata. Sejuknya alam menjadi aspek yang memicu ketertarikan wisatawan supaya berkunjung ke daerah wisata di Kabupaten Karo. Sasaran pariwisata di Kabupaten Karo ialah obyek wisata alam, wisata budaya, peninggalan sejarah, agrowisata, dan taman bermain. Riset ini memiliki tujuan guna mengidentifikasi potensi dalam mengembangkan agrowisata di Kabupaten Karo serta mengidentifikasi strategi berkenaan upaya mengembangkan agrowisata di Kabupaten Karo. Riset ini mempergunakan pendekatan kualitatif deskriptif serta Analisis SWOT. Berdasarkan hasil analisis internal Agrowisata di Kabupaten Karo terdapat tiga kekuatan diantaranya lokasi strategis, memiliki panorama yang indah dan masyarakat memberikan respon yang baik terhadap Agrowisata di Kabupaten Karo. Kelemahannya adalah kurangnya teknologi yang masih di gunakan dalam Agrowisata di Kabupaten Karo sendiri masih sederhana atau tradisional, adanya limitasi pada fasilitas serta sarana pada kebun Agrowisata di Kabupaten Karo, serta promosi yang belum agresif dan gencar. Berdasarkan hasil lingkungan eksternal Agrowisata di Kabupaten Karo diperoleh peluang yaitu teknologi yang semakin berkembang, jumlah pengunjung di masa liburan yang bertambah, gaya hidup masyarakat (*back to nature*). Hasil analisis SWOT Potensi Agrowisata di Kabupaten Karo bahwasanya hasil pada tabel Matriks IFAS dan EFAS Potensi Agrowisata di Kabupaten Karo berada pada sel I, yaitu keadaan dimana Agrowisata di Kabupaten

Karo terletak di *Growth* yakni Konsentrasi pada Integrasi Vertikal yakni strategi memakai *Backward integration* (mengalihkan peran *supplier*) ataupun *Forward Integration* (mengalihkan peranan distributor).

Kata Kunci: Potensi, Agrowisata, Analisis SWOT

PENDAHULUAN

Indonesia dikenal sebagai negara agraris sebab Indonesia sangat berpotensi atas pemanfaatan kekayaan alamnya hingga mampu dijadikan unsur dalam mengembangkan sektor pariwisata. Kekayaan alam yang melimpah tersebut mampu memicu adanya peningkatan perekonomian, saat pengelolaan hasil alam tersebut dilangsungkan secara optimal. Tidak dapat di pungkiri bahwa sumber daya alam di Indonesia sangat berperan penting dalam meningkatkan ekonomi dan pembangunan di Indonesia contohnya seperti sayur-sayuran, buah- buahan dan rempah- rempahan.

Potensi tersebut tidak terbatas pada keindahan alam (*natural beauty*), keaslian (*originality*), kelangkaan (*scarcity*), serta keutuhan (*wholesomeness*), namun termasuk pula melimpahnya aspek kultural, hewan dan tumbuhannya, lingkungan, serta fenomena alam yang seluruhnya mampu memicu ketertarikan turis lokal hingga internasional melalui pengintegrasian sejumlah unsur tersebut.¹

Pariwisata ialah seluruh aktivitas pemerintahan, entitas bisnis, serta penduduk guna meregulasikan, mengurus, serta memberikan layanan atas keperluan turis, berupa serangkaian aktivitas yang dilangsungkan oleh individu ataupun kolektif di area bangsa lain. Kegiatan tersebut memakai kemudahan, layanan, serta aspek pendukung lain yang supaya mampu memanifestasikan kehendak turis.² Kepariwisata merupakan aktivitas jasa melalui pemanfaatan kekhasan kondisi alam serta ekosistem, misalnya produk kebudayaan, peninggalan historis, indahnya pemandangan alam, serta kenyamanan iklim. Industri pariwisata berkembang pesat, dan perkembangan ini didukung oleh berbagai faktor, seperti akses yang semakin

¹AD Lutfiyanti Skripsi: “Potensi Pariwisata Pantai Sine Dalam Mengembangkan Sektor Usaha Masyarakat “ (Tulung Agung: IAIN Tulung Agung, 2019) h. 27

²Nur Cahaya Bangun, Tesis: “Strategi pengembangan Agrowisata Sebagai Pariwisata Alternatif Di Desa Barusjahe Kabupaten Karo” (Medan : Universitas Sumatera Utara, 2003) h 3 & 4

terbuka ke berbagai negara dan kawasan di dunia, taraf kehidupan perekonomian masyarakat dunia yang semakin tinggi, dan tersedianya faktor-faktor pendukung kepariwisataan itu sendiri.

Agrowisata selaku unsur pada objek wisata, mempergunakan usaha pertanian (agro) menjadi objek wisata. Hal tersebut bertujuan supaya memperdalam wawasan, pengalaman berekreasi, serta relasi bisnis pada sektor agraris. Dengan mengembangkan agrowisata yang mengusung aspek kultural pada pemanfaatan lahan, peningkatan pemasukan petani bersamaan pelestarian lahannya, serta pemeliharaan budaya serta teknologi bersamakeadaan lingkungan selaku wilayah wisata.³ Bidang pertanian memiliki peranan esensial berkenaan pembangunan situasi ekonomi Indonesia, sebab memiliki relasi dalam membuka kesempatan bekerja, menyediakan pangan, menyumbangkan devisa dengan aktivitas ekspor, serta lainnya. Penguatan bidang pertanian ditinjau dalam sudut pandang penawaran ataupun pemerintah diyakini dapat menunjang serta menjalin relasi bersama aktivitas perekonomian lainnya.⁴ Para ekonom mulai menyadari bahwa sektor pertanian ternyata tidak hanya bersifat positif dan penunjang dalam proses pembangunan ekonomi secara keseluruhan, ketika sektor pertanian berkontribusi dalam meningkatkan kesempatan bekerja yang memicu penurunan taraf pengangguran, penekanan arus urbanisasi, serta menyeimbangkan pertumbuhan pada perindustrian.⁵

KAJIAN TEORITIS

Agrowisata ataupun wisata agro, berlandaskan surat keputusan bersama diantara Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi dan juga Menteri Pertanian No 204/KPTS/HK 050/4/ 1989, No Km 47/ Pw/ 004/MPPT-89 tahun 1989 tentang kordinasi pengembangan wisata agro. Pada putusannya dinyatakan:

³Hadi Susilo Arifin, dkk, *Potensi Agrowisata di Perdesaan*, (Bogor: Biro Perencanaan Pertanian, 2009), h.5.

⁴Imsar, Analisis Produksi Dan Pendapatan Usaha Tani Kopi Gayo (Arabika) Kabupaten Bener Meriah (Studi Kasus: Desa Pantan Tengah Kecamatan Permata), Medan, 2018 <http://repository.uinsu.ac.id/5091/> (Diakses 22 Januari 2021)

⁵Isnaini Harahap, *Ekonomi Pembangunan Pendekatan Transdisipliner*, (Medan: Perdana Publishing, 2018) h. 226.

“ *wisata Agro adalah suatu bentuk kegiatan pariwisata yang memnfatkanusaha agro sebagai objek wista dengan tujuan untuk memperluas pengetahuan, pengalaman, rekreasi dan hubungan usaha di bidang agro*”

Agrowisata mampu diklasifikasikan menjadi wisata ekologi (*eco-tourism*), yakni aktivitas wisata yang tidak melakukan perusakan atas alam yang bertujuan supaya menunjukkan rasa kagumnya serta menikmati indahnya pemandangan, makhluk hidup yang mendiaminya, dan juga menjadi media edukasi. Labo et all m memberikan penawaran peluang pada petani setempat supaya melakukan peningkatan atas penghasilan mereka serta kelayakan hidupnya selaras terhadap kontinuitas aktivitasnya.

Pengembangan agrowisata diilhami sebagai penggabungan diantara pertanian serta pariwisata diwilayah pedesaan. Atraksi pada *agrotourism* berupa pengalaman bertani serta menikmati produk kebun dan layanan yang tersedia. Agrowisata selaku unsur pada objek wisata, mempergunakan usaha pertanian (agro) menjadi objek wisata. Hal tersebut bertujuan supaya memperdalam wawasan, pengalaman berekreasi, serta relasi bisnis pada sektor agraris. Dengan mengembangkan agrowisata yang mengusung aspek kultural pada pemanfaatan lahan, peningkatan pemasukan petani bersamaan pelestarian lahannya, serta pemeliharaan budaya serta teknologi bersamakeadaan lingkungan selaku wilayahwisata.

Kebermanfaatan dari hadirnya agrowisata ialah demikian:

- a. Memberikan peningkatan pada konservasi lingkungan.
- b. Memberikan peningkatan atas aspekestetika dari indahnya pemandangan.
- c. Menyajikan *value* dalam berekreasi.
- d. Memberikan peningkatan atas diberlangsungkannya aktivitas edukatif serta memberikan wadah dalam mengembangkan pengetahuan
- e. Memberikan manfaat ekonomis.

Riset ini memiliki tujuan guna mengidentifikasi sejumlah potensi dalam mengembangkan agrowisata di Kabupaten Karo, mengidentifikasi strategi dalam mengembangkan agrowisata di Kabupaten Karo.

Ruang lingkup dalam riset ini telah dilimitasi menjadi rekreasi yang mempergunakan sejumlah objek pertanian. Lazimnya, ruang lingkup serta potensi agrowisata yang mampu dilakukan pengembangannya tersusun atas pertanian, tanaman pangan, perkebunan, peternakan serta perikanan, yang dirincikan demikian:

- a. Kebun Raya, mempunyai potensi yang berwujud sejumlah tumbuhan yang terdiri atas sejumlah spesies. Hal yang memicu ketertarikan turis ialah beragamnya tumbuhan, kondisi alam yang indah, serta segarnya udara yang memicu kenyamanan.
- b. Perkebunan, aktivitas bisnis yang tersusun atas perkebunan tanaman keras serta jenis lainnya yang dikelola oleh perusahaan privat, negara, asing, ataupun penduduk setempat. Sejumlah aktivitas objek wisatanya berwujud praproduksi (pembibitan), produksi, serta pascaproduksi (pengolahan dan pemasarannya).
- c. Tanaman Pangan dan Hortikultur. Konteks rekreasi tanaman pangan memuat usaha tanaman padi dan palawijia dan hortikultura. Sejumlah tahapan aktivitas yang dapat dilangsungkan ialah prapanen serta saat pascapanen.
- d. Perikanan. Konteks aktivitas wisata perikanan berwujud pembudidayaan perikanan hingga tahapan pascapanen. Hal yang memicu ketertarikan pada rekreasi perikanan ialah teknik konvensional pada perikanan dan aktivitas lainnya, contohnya mendirikan pemancingan ikan.
- e. Peternakan. Hal yang memicu ketertarikan pada sektor ini ialah pola beternak, teknik konvensional pada peternakan, dan budidaya dalam peternakan.⁶

Direktori Wisata Agro Indonesia mengemukakan bahwasanya dalam mengembangkan agrowisata, mampu diberikan pengarahannya secara indoor, outdoor, ataupun menggabungkan dua-duanya. Agrowisata secara indoor dilangsungkan melalui pameran sejumlah perangkat pertanian yang memiliki kekhasan serta mempunyai aspek historis, ataupun menampilkan naskah dan visualisasi historis berkenaan pemakaian lahan hingga tahapan dalam mengelola hasil panen.

⁶ Selvia Puspitasari, *Kajian Potensi Wisata Agro di Kabupaten Bandung Berdasarkan Aspek Permintaan dan Sediaan*. (Disertasi, Insitut Teknologi Bandung, 2010) hal. 32-33.

Adapun agrowisata secara outdoor mampu dilangsungkan selaras terhadap kapabilitas dan kondisi geografis wilayah tersebut supaya menciptakan efektivitas serta berkontinuitas. Unsur esensial dalam mengembangkan agrowisata outdoor ialah tumbuhan serta hewan yang dibudidayakan maupun liar, teknologi dalam membudidayakan serta pascapanen yang unik dan memiliki aspek historisnya, aktivitas kultural berkenaan pertanian lokal, serta indahnya alam. Agrowisata secara outdoor diklasifikasikan demikian:

- a) Agrowisata Ruang Terbuka Alami. Objek agrowisata ini dilangsungkan pada wilayah yang memungkinkan adanya aktivitas yang menunjang keterlibatan bersama petani lokal yang selaras terhadap aktivitas sehari-hari penduduk setempat. Guna menambahkan rasa nikmat bagi turis, sejumlah atraksi khusus dilangsungkan penduduk mampu ditekanlan, tapi tetap selaras terhadap norma yang berlaku. Adapun fasilitas penunjang demi memberikan rasa nyaman pada turis harus dipersiapkan selama tidak berlawanan bersama kebudayaan dan etnik di wilayah tersebut. Contohnya ialah kawasan Suku Baduy di Pandeglang dan Suku Naga di Tasikmalaya, Jawa Barat, Suku Tangger di Jawa Timur, Bali dengan teknologi subaknya, dan Papua dengan berbagai pola atraksi pengelolaan lahan untuk budidaya umbi-umbian.
- b) Agrowisata Ruang Terbuka Buatan. Wilayah agrowisata ruang terbuka buatan ini mampu dirancang disejumlah wilayah tertentu tapi belum dijamah oleh penduduk lokal. Penataannya ditujukan bagi area yang diregulasikan selaras terhadap aspek penunjang serta komoditi pertanian yang sedang dikembangkan mempunyai nilai ekonomis bagi turis. Hal tersebut berlaku pula pada penerapan teknologi yang diadopsi dari kultur milik penduduk lokal, dipelihara supaya mampu menciptakan ketertarikan pada objek agrowisata. Fasilitas penunjang bagi akomodasi wisatawan mampu dipersiapkan selaras terhadap keperluan penduduk urban tetapi tidak menjadi penghambat keselarasan lingkungan di wilayah tersebut. Pengelolaan aktivitas wisata dilangsungkan oleh entitas bisnis, adapun pelaksana secara parsialnya dilangsungkan petani lokal yang mempunyai teknologi yang dimplementasikan.

Suatu obyek wisata atau *destination* harus meliputi lima unsur esensial supaya menimbulkan kepuasan pada turis saat berekreasi, yakni:

- a. *Attractions*. Atraksi wisata ialah hal yang mampu disaksikan dengan penampilan pertunjukan (*shows*) yang secara spesifik ditampilkan bagi turis.
- b. *Facility*. Fasilitas memiliki kecenderungan diarahkan kepada *attractions* di suatu wilayah sebab fasilitas lazimnya berdekatan bersama segmentasinya. Fasilitas lazimnya menunjang pertumbuhan serta mengalami perkembangan secara bersamaan ataupun usair *attractions* berkembang. Kuantitas serta ragam fasilitas bergantung pada keperluan turis, misalnya fasilitas wajib selaras terhadap mutu serta harganya.
- c. *Infrastructure*. *Attractions* serta fasilitas tidak mampu tergapai begitu saja jika tidak tersedianya infrastruktur mendasar. Infrastruktur tersebut memuat seluruh konstruksi di bawah serta di atas tanah, misalnya sistem perairan, sumber listrik dan energi, sistem pembuangan kotoran/ pembuangan air, layanan kesehatan, serta jalan raya.
- d. *Transportation*. Terdapat sejumlah usulan berkenaan akomodasi serta fasilitas yang dijadikan arahan, yang memuat: a). kelengkapan informasi berkenaan fasilitas, letak terminal, serta layanan pengangkutan lokal; b). Informasi terkini yang diberlakukan, yakni berkenaan jadwal keberangkatan ataupun kedatangan wajib disediakan secara tertulis, lisan, ataupun melalui panggilan; c). Tenaga kerja guna memudahkan seluruh penumpang; d). kelengkapan informasi berkenaan letak, biaya, jadwal, rute serta layanan pengangkutan lokal dan peta kota wajib disediakan untuk penumpang.
- e. *Hospitality*. *Hospitality* bermakna keramahan, perilaku sopan, keakraban serta penghormatan. Jika dihubungkan pada sektor pariwisata, mampu diumpamakan bahwasanya *hospitality* diilhami menjadi *spirit* dalam pariwisata.

Pengembangan Agrowisata memerlukan sinergitas pada seluruh pihak yang berkontribusi mengelola Agrowisata, yakni penduduk, sektor privat, serta

pemerintah. Pendekatan dalam mengembangkan agrowisata, tersusun atas: Pengembangan yang dilandasi oleh konservasi, Pengembangan yang dilandasi oleh penduduk setempat, memberikan ketapan area agro wisata menjadi area pembinaan, pencatatan keunggulan agro wisata, dan kontribusi insitusi pariwisata serta institusi pertanian saat membina agrowisata.

Strategi dalam mengembangkan agrowisata tersusun atas sejumlah unsur yang terdiri atas SDM, SDA, serta pemasaran. SDM yang dimaksudkan ialah pekerja agrowisata dengan kapabilitas mengelola agrowisata secara optimal. Hal tersebut dilangsungkan dengan melatih serta mengembangkan SDMnya supaya mewujudkan peningkatan mutu layanan, wawasan, serta kapabilitas pegawainya saat berkomunikasi bersama turis. SDM ialah produkesensial yang diunggulkan pada agrowisata, yang mana pengelolaan SDA tersebut dilangsungkan oleh pekerja agrowisata supaya pengemasannya mampu memicu ketertarikan tinggi pada turis serta tidak memusnahkan originalitas ekosistem agrowisata.

Pengembangan agrowisata memerlukan pemasaran yang diarahkan pada aktivitas promosi. Promosi bertujuan supaya mampu mempersuasikan konsumen supaya mengenali serta memiliki ketertarikan dalam berkunjung pada agrowisata, yang tentunya mengindikasikan perlunya upaya mempromosikan agrowisata secara berkontinuitas dengan memakai cara konvensional ataupun pemanfaatan *digital marketing*.

Strategi dalam mengembangkan sektor pariwisata ditujukan supaya mampu melakukan pengembangan produk serta layanan bermutu,imbang, serta bertahap. Mampu dinyatakan bahwasanya pengembangan pariwisata ialah mekanisme transformasi fisik hingga non fisik pada daya tarik hingga potensi wisata supaya memicu ketertarikan serta mengalami perkembangan.

METODE PENELITIAN

Teknik Analisa SWOT

SWOT merupakan akronim pada *Strengths, Weaknesses, Opportunities dan Threats*, yang dipahami sebagai penelaahan sejumlah pemicu yang sistemik guna

perumusan langkah suatu entitas bisnis. Analisa ini dilandasi oleh pemikiran yang mampu memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) serta peluang (*Opportunities*) tetapi di waktu yang sama mampu meminimalisir kelemahan (*Weaknesses*) serta ancaman (*Threats*).⁷

Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats dijabarkan demikian :

- a. Kekuatan (*Strengths*) ialah aspek yang menciptakan competitive advantages serta kapabilitas bagi entitas bisnis ataupun individu dalam mempertahankan kedudukannya melalui kelangsungan sejumlah kegiatan ditaraf serupa. Indikator kekuatan mampu diidentifikasi demikian : Kepemilikan produk (*Proprietary products*), Pemimpin pasar (*Market leader*), Sumber daya keuangan (*Financial resources*), Kedalaman manajemen (*Manajemen depth*), Persediaan proses rantai (*Supply chain processes*), dan Skala ekonomi (*Economies of scale*).
- b. Kelemahan (*Weaknesses*) sikap yang tidak berlangsung optimal pada entitas entitas bisnis, dimana perusahaan tidak berkapabilitas melangsungkannya, tetapi kompetitornyamampu melangsungkan hal tersebut. Indikator kelemahan (*weaknesses*) yang mampu diidentifikasi ialah : Reputasi yang buruk (*Bad reputation*), Arah strategi yang tidak jelas (*Strategic direction not clear*), Arah dan skala ekonomis (*no economies scale*) dan Kelemahan dalam memasarkan, keuangan (*Weaknesses in marketing finance*)⁸.
- c. Peluang (*Oppprtunities*) ialah tedensi ekosistem yang memberikan keuntungan serta memicu peningkatan performa entitas bisnis. Indikator peluang yang diidentifikasi ialah: Pasar baru (*New markets*), Relung (*niches*), Intergrasi vertikal atau horizontal (*Vertical or horizontal integration*), Peningkatan pertumbuhan pasar (*Oncreased narketgrowth*), dan Peningkatan kekuatan dengan penyalur (*Increasing power with supplier*)⁹.
- d. Ancaman (*Threats*) ialah tendensi lingkungan yang merugikan kedudukan entitas bisnis. Indikator ancaman yang diidentifikasi ialah: Pesaing asing, lokal

⁷Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003), h. 19

⁸*Ibid*, h. 117.

⁹*Ibid*, h. 118.

(*Competitors, foreign, domestic*), Rendahnya barriers masukan (*Low barriers of entry*), Faktor teknologi (*tecnology faktor*), Model bisnis baru (*New bissines models*), Produk substitusi (*subtitues products*), serta Para pembeli yang mendapatkan kuasa (*buyers gainingpowers*)¹⁰.

Analisis SWOT ialah perangkat analisa yang berguna saat menganalisa langkah strategik, peranannya ditujukan supaya meminimalisir kekurangan yang dimiliki perusahaan dan menekankan implikasi ancaman yang muncul serta wajib dihadapi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Potensi Agrowisata di Kabupaten Karo

Terdapat enam Agrowisata yang menjadi informan penelitian ini yaitu:

1. Kebun Strawberry Rini Colia.

Potensi ekonomi terhadap estimasi pendapatan dari tiket masuk, pemilik usaha Kebun Strawberry Rini Colia, bisa menjual tiket pengunjung yang ada pada hari kerja (tidak libur) pengunjung mencapai 100 orang/hari, dan pada saat libur mencapai 200 orang/hari dengan harga tiket Rp. 5000/tiket dan penjualan buah-buahan juga meningkat jika di hari libur sehingga pemilik kebun mengambil buah stroberi dari petani yang ada di sekitar kawasan agrowisata. Pada saat pandemi covid- 19 dimana terjadi penurunan tingkat pengunjung hampir 50% sehingga membuat pemilik kebun mengalami kerugian, pemilik kebun melakukan inovasi dengan menggunakan sosial media untuk menjual produk-produk yang dimiliki.¹¹

2. Kebun Strawberry petik sendiri EsyAzery.

Kebun Strobery petik sendiri Esy Azery usaha yang dibangun oleh ibu ini sudah berjalan selama 10 tahun lebih lamanya dan pengunjung paling ramai biasanya

¹⁰*Ibid*, h. 151.

¹¹ Ibu Rini Colia, Pemilik kebun Strawberry Rini Colia, Wawancara pribadi, Kabupaten Karo 19 Oktober Pukul 13.07

hari sabtu-minggu, stroberi petik sendiri ini biasanya menghabiskan 40 kg lebih terjual jika di hari minggu harha 1 kgnya sekitar Rp. 80.000 jika buah stroberi habis di kebun maka ibu Esy akan membeli stroberi kepada para petani stroberi iainnya untuk di jual kembali.¹²

3. Kebun Strowberry Purba Family dan Farm.

Strawberry Purba Family dan Farm yang berlokasi di desa Tongkah memiliki potensi yang menjanjikan, sebab agrowisata ini telah didirikan sejak 6 tahun yang lalu, mempunyai beragam tanaman contohnya seperti jeruk, strawberry, terong belanda, cabe, dan sebagainya. Selain itu agrowisata di Stawberry Purba Family dan Farm menjadi tempat terluas di Kabupaten Karo. Pelanggan selalu puas ketika berkunjung di Strawberry Purba Family dan Farm karena lokasinya sangat strategis serta menyuguhkan keindahan alammengingat letaknya yang berhadapan langsung padakota Berastagi, yang memungkinkan kelangsungan aktivitas turis diwilayah ini dibarengi pula oleh indahnya pemandangan tersebut. Pengelola kebun mempersiapkan area berfoto yang sangat menjunjung estetika, sebab pemilik kebun menyadari bahwa turis gemar berfoto ketika berekreasi. Tike masuk ke Strawberry Purba Family dan Farm relative terjangkau. Turis hanya diwajibkan melakukan pembelian produk manapun dengan total belanja minimal Rp 10.000,00. Tempat wisata ini dilengkapi pula oleh tempat ibadah bagi umat muslim, sejumlah pondok untuk beristirahat, dan toilet yang sangat dijaga kebersihannya. Penghasilan bersih yang diperoleh Strawberry Purba Family dan Farm sebesar Rp. 10.000.000. – Rp. 15.000.000 per bulan, yang mana remunerasi para pekerjanya kurang lebih senilai 70.000 perhari.¹³

4. Susu Kuda Sibayak Strawberry.

Susu Sibayak Berastagi Strawberry petik sendiri memiliki potensi yang layak dikembangkan karena meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar dan pendapatan asli daerah. Agrowisata Susu Berastagi Strawberry petik sendiri

¹²Ibu Esy, Pemilik kebun Strobery petik sendiri Esy Azery, Wawancara Pribadi , Kabupaten Karo 19 Oktober 2020, Pukul 13. 25

¹³Ibu Elisabet, Pemilik Kebun Strawberry Purba Family dan Farm, Wawancara Pribadi, Kabupaten Karo 19 Oktober 2020 Pukul 13.58

memanfaatkan potensi alam yang ada di Kabupaten Karo yang memiliki kesuburan lahan serta kesejukan alamnyasehingga banyak pengunjung yang datang ke agrowisata tersebut. Bukan hanya stroberi saja yang petik sendiri terdapat berbagai buah-buah yang di jual di kebun bapak Riky ini ada juag Terong belanda, Jeruk, dan bunga-bunga yang lagi marak-maraknya saat ini.¹⁴

5. Kebun Strawberry Uci dan Tiara Hasibuan.

Kebun Strawberry Uci dan Tiara Hasibuan pemilik Agrowowisata ini memanfaatkan potensi alam dan sumber daya alam yang di miliki oleh Kabupaten Karo yaitu alam yang sejuk, tanah yang subur, panorama yang indah dan lokasi yang sangat strategis keuntungan yang diperoleh dari hasil usaha agrowisata ini cukup terbilang lumayan sebulanya sekitar Rp. 9.000.000 per bulanya ibu rina sendiri mengolah kebun agrowisatanya dengan keluarganya saja.¹⁵

6. Kebun Sembiring Gurky Strawberry.

Kebun Sembiring Gurky Strawberry petik sendiri memiliki potensi yang sangat layak dikembangkan karena memiliki tempat yang sangat strategis tidak jauh dari kota Berastagi dan memiliki panorama yang indah di kebun Sembiring Gurky sendiri memiliki pekerja sebanyak tiga orang, dan menjual berbagai buah-buhan dan sayur-sayuran pemilik kebun juga mengganti tanaman dua tahun sekali supaya tidak memicu rasa jenuh turis atas buah yang ditanam pada kebun tersebut.¹⁶

Kabupaten Karo mempunyai kondisi alam yang mumpuni serta keindahan panoramanya dan lokasi yang sangat strategis. Agrowisata di Kabupaten Karo berpotensi dikembangkan sertaberkompetisi pada sektor bisnis di dorong bersama hadirnya kekuatan serta peluangnya. Hal ini dapat dilihat pada agrowisata Kabupaten Karo telah mampu meningkatkan pendapatan pemilik kebun Agrowisata apalagi di

¹⁴ Riky, Pemilik Kebun Susu Sibayak Berastagi Strawberr, Wawancara Pribadi, Kabupaten Karo 19 Oktober 2020, Pukul 13.35

¹⁵Rina, Pemilik Kebun Strawberry Uci dan Tiara Hasibuan, Wawancara Pribadi, Kabupaten Karo 19 Oktober 2020, Pukul 12.42

¹⁶Pak Sembiring, Pemilik kebun Sembiring Gurky Strawberry, Wawancara Pribadi, Kabupaten Karo 19 Oktober 2020, Pukul 14.35

saat hari libur jumlah wisatawan yang datang ke lokasi agrowisata cukup banyak apabila jumlah pengunjung cukup banyak sehingga memunculkan efek ganda saat mengupayakan pengembangan bisnis kerakyatan, sebab pemilik kebun agrowisata akan membeli buah-buahan dan sayur-sayuran mereka untuk di jual kembali oleh pemilik usaha agrowisata.

Strategi Dalam Pengembangan Agrowisata di Kabupaten Karo

1. Kebun Strawberry Rini Colia.

Lokasi agrowisata ini menawarkan pemandangan indah yang menghadap langsung ke kota Berastagi dan udara yang sejuk. Kebun strawberry Rini Colia ini menawarkan petik sendiri kepada pengunjung dan ditimbang berdasarkan hasil petik sendiri oleh pengunjung. Proses petik sendiri disediakan keranjang, gunting, dan topi oleh pemilik kebun. Bagi pengunjung yang tidak sempat memetik sendiri juga disediakan buah strawberry untuk dijual dalam keadaan masih segar. Selain strawberry pemilik kebun juga menyediakan jeruk sangkis, terong belanda dan cabe hijau yang bisa dipetik sendiri. Kisaran harganya pun beragram dan dibuka tiap harinya sejak 08.00-19.00 Wib.¹⁷

2. Kebun Strawberry petik sendiri EsyAzery.

Strategi yang dilakukan oleh pemilik agrowisata ini adalah memanfaatkan respon masyarakat yang baik agar menjaga kebersihan tempat disekitar agrowisata agar pengunjung nyaman dan mau berkunjung kembali. Adanya agrowisata sekitar membuat ibu Esy terus melakukan inovasi agar tempat agrowisatanya terus dikunjungi oleh wisatawan.¹⁸

3. Kebun Strawberry Purba Family dan Farm.

Pengembangan agrowisata di Strawberry Purba Family dan Farm, sebagai berikut:

¹⁷Ibu Rini Colia, Pemilik kebun Strawberry Rini Colia, Wawancara pribadi, Kabupaten Karo 19 Oktober Pukul 13.07

¹⁸Ibu Esy, Pemilik kebun Strawberry petik sendiri Esy Azery, Wawancara Pribadi, Kabupaten Karo 19 Oktober 2020, Pukul 13.25

- a. Melakukan pengembangan produk dan wisata dengan menambah produk dan wisata yang bervariasi dengan cara terus memanfaatkan sumber daya alam dan terus melakukan inovasi. Melakukan promosi dengan cara mengedukasi konsumen melalui media elektronik secara online.
 - b. Optimalisasi agrowisata dengan melakukan pengembangan serta ciri khas, melakukan perbaikan infrastruktur dengan menambahkan fasilitas-fasilitas menarik. Menambah ikon-ikon yang menarik yang menjadikan tempat selfie untuk para pengunjung. Melakukan akses jalan menuju agrowisata Strawberry Purba Family dan Farm sehingga pengunjung dapat lebih mudah dan aman untuk masuk ke tempat pada agrowisata sehingga para pengunjung bias menikmati keindahan alam yang indah dapat dinikmati saat menuju agrowisata.
 - c. Meningkatkan kualitas kenyamanan dengan menghimbau masyarakat sekitar agar menjaga kebersihan lingkungan, memberikan kesempatan kerja baru bagi masyarakat. Mempertahankan kualitas dan ciri khas produk agrowisata berupa petik Strawberry , terung belanda, cabe. Menjaga kepercayaan pegawai dengan pelanggan dengan sikap ramah dan terbuka sehingga penunjung merasa nyaman dan dapat menikmati agrowisata di Kabupaten Karo.¹⁹
4. Susu Kuda Sibayak Strawberry.
- Dengan melakukan perbaikan infrastruktur dan melengkapi fasilitas-fasilitas yang belum ada agar menambah kenyamanan pengunjung, memperbaiki teknologi yang diperlukan saat bercocok tanam agar buah-buahan dan sayuran terawat dengan baik, mengganti satu tahun sekali tanaman stroberi lama dengan yang baru agar stroberi berbuah banyak setiap bulannya, memanfaatkan respon masyarakat yang gaya hidup kembali ke alam untuk menambah pendapatan.²⁰

¹⁹Ibu Elisabet, Pemilik Kebun Strawberry Purba Family dan Farm, Wawancara Pribadi, Kabupaten Karo 19 Oktober 2020 Pukul 13.58

²⁰Riky, Pemilik Kebun Susu Sibayak Berastagi Strawberr, Wawancara Pribadi, Kabupaten Karo 19 Oktober 2020, Pukul 13.35

5. Kebun Strawberry Uci dan Tiara Hasibuan.

Strategi yang dilakukan berupa promosi di media sosial serta menjual produk-produk hasil kebun secara online pada saat pandemi covid-19 sehingga tidak mengalami kerugian akibat wabah ini, melakukan perbaikan fasilitas serta melengkapi fasilitas-fasilitas yang belum ada sehingga pengunjung merasa nyaman dan mau berkunjung kembali.²¹

6. Kebun Sembiring Gurky Strawberry.

Melalui pemanfaatan media sosial dalam mempromosikan serta menyebar brosur, membuat pamflet yang menarik agar wisatawan dapat melihat lokasi agrowisata yang dimiliki oleh bapak Sembiring membuat pengunjung tertarik. Membuat spot-spot tempat foto yang menarik agar pengunjung bisa menikmati pemandangan yang dimiliki oleh kebun agrowisata.²²

Dengan adanya teknologi yang sangat pesat pemilik kebun harus memanfaatkan khususnya dalam teknologi informasi dan komunikasi, pihak agrowisata dapat mudah mempromosikan kebun mereka melalui internet dan membuat sosial media untuk lebih di kenal di dunia maya. Pemilik agrowisata harus memiliki akun sosial media seperti Facebook, Instagram, Youtube dan media sosial lainnya agar memudahkan wisatawan dalam mencari informasi seputar agrowisata.

Analisis Faktor- Faktor Internal Agrowisata di Kabupaten Karo

Berikut faktor-faktor internal yang terdapat pada agrowisata di Kabupaten Karo:

1. Kekuatan (*Strengths*) Agrowisata di Kabupaten Karo

a. Jarak lokasi wisata yang tidak jauh dari pusat Kota Medan.

Strategisnya kebun agrowisata dipicu oleh kedekatan areanya bersama pusat kota Provinsi. Jarak diantara wilayah bisnis kota Medan berada pada rentang

²¹Rina, Pemilik Kebun Strawberry Uci dan Tiara Hasibuan, Wawancara Pribadi, Kabupaten Karo 19 Oktober 2020, Pukul 12.42

²²Pak Sembiring, Pemilik kebun Sembiring Gurky Strawberry, Wawancara Pribadi, Kabupaten Karo 19 Oktober 2020, Pukul 14.35

kurang lebih 70 Km, yang menandakan adanya kekuatan yang mampu dipergunakan pemilik Strawberry Purba Family dan Farm untuk mengembangkan usahanya. Karena pada umumnya masyarakat Kota Medan berlibur ke Berastagi untuk berakhir pekan.

b. Memiliki Panorama yang Indah.

Agrowisata di Kabupaten Karo ini berada di daerah perkotaan Berastagi dan Gunung Sinabung. Agrowisata ini memiliki wisata taman bunga dan juga kebun Stroberi, jeruk sangkis, cabe, terong belanda dan lain-lainnya yang menjadi pendukung panorama atau wisata yang ada. Hal ini didukung dengan keinginan masyarakat akan keindahan alam dan menjadi tempat foto. Oleh karena itu memiliki panorama yang indah merupakan faktor kekuatan internal dari Agrowisata di Kabupaten Karo.

c. Masyarakat memberikan respon yang baik terhadap usaha agrowisata.

Tinjauan atas baiknya tanggapan masyarakat berkenaan hadirnya agrowisata disaksikan melalui ketertarikan serta antusiasme yang tinggi dalam mengunjungi kebun agrowisata. Ketertarikan tersebut tidak hanya dimiliki oleh penduduk lokal saja, namun penduduk wilayah lain juga memiliki ketertarikan dalam mengunjungi wilayah agrowisata tersebut. misalnya, dari Kota Medan, Tebing Tinggi, Riau, serta Kota Pematang Siantar.

2. Kelemahan (*Weaknesses*) Agrowisata di Kabupaten Karo

a. Teknologi yang digunakan dalam Agrowisata di Kabupaten Karo masih dilakukan secara konvensional.

Pemakaian teknologi pada aktivitas usahatani di wilayah penelitian cenderung masih konvensional, yang mampu dijumpai pada upaya membudidayakannya serta pemeliharannya, dan juga belum menerapkan teknologi berkenaan aktivitas tenaga kerjanya.

b. Limitasi pada fasilitas dan sarana kebun Agrowisata di Kabupaten Karo.

Fasilitas sarana ialah unsur yang esensial berkenaan pengembangan agrowisata di Kabupaten Karo tetapi pada kenyataannya untuk sarana dan

fasilitas masih benar-benar terlimitasi yang ditandai oleh tidak tersedianya sarana bermain serta minimnya ketersediaan pondok.

c. Promosi yang belum Agresif atau Gencar

Agrowisata di Kabupaten Karo melakukan promosi menggunakan website dan belum memaksimalkan di media sosial lainnya seperti Facebook, Instagram dan media lainnya.

Analisis Faktor-Faktor Eksternal Potensi Agrowisata di Kabupaten Karo

Peluang ialah keadaan eksternal yang mendukung organisasi tersebut atas peluang (*Opportunities*) serta ancaman (*Threats*) yang dihadapinya.

a. Makin berkembangnya teknologi

Semakin berkembang teknologi pada saat ini menjadikan peluang terhadap sektor pariwisata, terutama Agrowisata di Kabupaten Karo. Hal ini terlihat jelas dampaknya terutama pada sosial media dimana setiap orang mempunyai kemampuan untuk mengaksesnya. Dengan adanya teknologi ini mempaui pemasaran terhadap wisata akan meningkat dengan menunjukkan keindahan alam dan kenyamanan yang ada pada wisata. Dimana orang-orang pada masa teknologi yang berkembang pesat ini menginginkan suatu hal yang baru dan fresh seperti objek foto dan wisata.

b. Jumlah pengunjung pada masa liburan

Tingginya minat masyarakat untuk berpergian menjadikan tempat wisata seperti agrowisata ini memiliki pengunjung yang banyak. Hal ini didapatkan dari survey yang dilakukan bahwa pengunjung yang data ke wisata terutama Agrowisata di Kabupaten Karo adalah anak-anak, remaja, dewasa dan orang tua.

c. Gaya hidup masyarakat (*Back to nature*)

Peluang yang dimiliki oleh Agrowisata di Kabupaten Karo ini dapat dilihat dari banyaknya pemikiran masyarakat yang ingin hidup kembali dalam suasana yang lebih sejuk dan tenang. Hal ini lebih mendukung terhadap gaya/trend masyarakat perkotaan yang telah mengalami kejenuhan dengan rutinitas dan juga tatanan kota yang setiap hari dapat dilihat oleh masyarakat.

- d. Ancaman (*Threats*) Agrowisata di Kabupaten Karo Ancaman (*Threats*) ialah ekadaan eksternal yang mengambat organisasi menggapai sasarannya, yang dijabarkan demikian:
- a) Terdapatnya objek wisata lain di sekitar Agrowisata di Kabupaten Karo menjadi ancaman karena wisata lain menawarkan berbagai fasilitas atau keunggulan yang sangat digemari oleh pengunjung seperti spot-spot foto yang kekinian dan membuat para pengunjung lebih tertarik pada wisata lainnya dibandingkan dengan Agrowisata.
 - b) Pandemi Covid-19 menjadi ancaman serius bagi pemilik usaha maupun objek wisata lain dikarenakan terjadi penurunan jumlah pengunjung. Hal ini menjadi suatu ancaman yang tidak terduga pada saat ini, dikarenakan Agrowisata Di Kabupaten Karo adalah objek wisata terbuka dimana terdapat banyak pengunjung dari semua kalangan dan berbagai tempat. Hal ini sangat merugikan bagi pemilik usaha atau wisata dikarenakan terjadinya penurunan jumlah pengunjung yang berakibat kepada kerugian dan aturan pemerintah yang menerapkan pembatasan sosial bersekala bersar (PSBB).
 - c) Ekstrimnya perubahan cuaca ataupun tidak mampu diprediksi ialah aspek yang menjadi ancaman bagi penggiat bisnis agrowisata, apalagi sering terjadi longsor di daerah menuju lokasi dan masih terjadi letusang gunung Sindabung yang berada di daerah agrowisata.

Matriks SWOT

Matriks SWOT merupakan perangkat yang dipergunakan dalam pengukuran sejumlah pemicu saat penyusunan langkah strategik perusahaan. Matriks ini mampu memberikan penggambaran dengan penuh kejelasan berkenaan peluang serta ancaman eksternal yang ada. Matriks ini mampu memunculkan 4 sel keuntungan yang terlihat demikian:

Tabel I
Matriks SWOT

	STRENGTHS (S)	WEAKNESSES (W)
--	----------------------	-----------------------

<p style="text-align: center;">IFAS</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi Strategis 2. Memiliki panorama yang indah 3. Masyarakat memberikan respon baik 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Teknologi masih sederhana dan tradisional 2. Keterbatasan fasilitas dan sarana 3. Promosi yang belum agresif dan gencar
<p style="text-align: center;">EFAS</p> <p>OPORTUNITIES (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Teknologi yang semakin berkembang 2. Jumlah pengunjung pada masa liburan 3. Gaya hidup masyarakat (back to nature) 	<p>STRATEGI SO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dengan lokasi yang strategis dengan memiliki panorama yang indah dikarenakan teknologi di Agrowisata Kabupaten Karo yang semakin berkembang. (S1,S2,O1) • Agrowisata Kabupaten Karo memiliki lokasi yang strategis dan masyarakat memberikan respon yang baik dengan berkunjung ke Agrowisata pada masa liburan. (S1,S3,O2) • Lokasi strategis serta masyarakat 	<p>STRATEGI WO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Teknologi yang digunakan masih bersifat tradisional harus segera diatasi dengan menggunakan penggunaan teknologi terbaru untuk mempertahankan tingginya minat pengunjung agrowisata. • Perkembangan teknologi di bidang pertanian dapat dimanfaatkan untuk mengatasi

	<p>memberikan respon baik, dikarenakan gaya hidup masyarakatnya baik (back to nature). (S1,S3,03)</p>	<p>kelemahan.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tingginya minat pengunjung dapat dimanfaatkan untuk mengatasi keterbatasan fasilitas agrowisata. • Adanya covid-19 bisa diatasi dengan menjual produk-produk agrowisata dengan menggunakan teknologi yang semakin berkembang.
<p>THREATS (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya objek wisata lain disekitar 2. Pandemi covid 19 3. Perubahan cuaca yang ekstrim/tidak menentu 	<p>STRATEGI ST</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tingginya tingkat persaingan usaha dapat diatasi dengan cara meningkatkan kualitas dan fasilitas dari kebun agrowisata di Kabupaten Karo. • Meningkatkan kualitas dari hasil 	<p>STRATEGI WT</p> <ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan kualitas dan fasilitas kebun Agrowisata guna meningkatkan kepuasan dan ketertarikan pengunjung • Perubahan cuaca yang ekstrim dan

	<p>produksi guna menghindari apabila sewaktu-waktu terjadi perubahan iklim atau cuaca yang ekstrim terjadi.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Adanya Covid-19 bisa diatasi dengan memanfaatkan respon masyarakat sekitar untuk membeli produk-produk agrowisata. 	<p>penggunaan teknologi yang masih bersifat teradisional dapat diatasi dengan melakukan pencarian dengan informasi tentang perkiraan cuaca dan informasi teknologi terbaru.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Keterbatasan fasilitas dan sarana di kebun agrowisata dapat diatasi dengan melakukan peminjaman modal guna meningkatkan fasilitas dan sarana di Agrowisata di Kabupaten Karo.
--	--	---

KESIMPULAN

Berlandaskan hasil serta analisa riset yang sudah dilangsungkan, peneliti mengkonklusikan demikian potensi dalam mengembangkan Agrowisata di Kabupaten Karo sangat baik dimasa depan, yang ditandai oleh tingginya penghasilan bersih, yakni Rp 10.000.000 perbulanya. Turis yang berkunjung juga mengalami

peningkatan tiap tahunnya karena Kabupaten Karo dikenal sebagai wilayah di Sumatera Utara dengan sejumlah keragamantumbuhan dan pariwisatanya. Wilayah geografis yang terletak di daerah pegunungan/daratan tinggi menjadikan Kabupaten Karo memiliki potensi supaya menjadi destinasi wisata. Hal tersebut menunjang potensi usaha agrowisata makin membaik supaya dikembangkan di masa depan. Strategi pengembangan Agrowisata di Kabupaten Karo dalam mengembangkan usahanya melakukan pengembangan produk dan wisata yang bervariasi dengan cara memanfaatkan sumber daya alam dan terus melakukan inovasi, melakukan promosi dengan cara mengedukasi konsumen melalui media elektronik secara online, meningkatkan kualitas kenyamanan dengan menghimbau masyarakat sekitar agar menjaga kebersihan lingkungan, mempertahankan kualitas produk dan ciri khas dan menjaga kepercayaan pegawai dengan pelanggan dengan sikap ramah sehingga pengunjung merasa nyaman. Berdasarkan hasil analisis internal Agrowisata di Kabupaten Karo terdapat tiga kekuatan diantaranya lokasi strategis, memiliki panorama yang indah, masyarakat memberikan respon yang baik terhadap Agrowisata di Kabupaten Karo dan kelemahannya adalah kurangnya teknologi yang masih di gunakan dalam Agrowisata di Kabupaten Karo sendiri masih sederhana atau tradisional, terlimitasinya fasilitas dan sarana kebun Agrowisata di Kabupaten Karo, serta promosi yang belum agresif dan gencar. Berdasarkan hasil lingkungan eksternal Agrowisata di Kabupaten Karo diperoleh peluang yaitu teknologi yang semakin berkembang, jumlah pengunjung di masa liburan yang bertambah, gaya hidup masyarakat (*back to nature*). Ancaman yang terdapat pada Agrowisata di Kabupaten Karo adalah adanya objek wisata lain di sekitar, pandemi covid-19, serta cuaca yang ekstrim dan tidak menentu. Hasil analisis SWOT Potensi Agrowisata di Kabupaten Karo bahwasanya hasil pada tabel Matriks IFAS dan EFAS, menunjukkan potensi agrowisata terletak di sel I yakni keadaan dimana Agrowisata di Kabupaten Karo terletak di *Growth* yakni Konsentrasi pada Integrasi Vertikal yakni strategi memakai *Backward integration* (mengalihkan peran *supplier*) ataupun *Forward Integration* (mengalihkan peranan distributor). Tindakan tersebut mampu

meningkatkan keunggulan kompetitifnya sehingga mampu memperkuat basis pasarnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Hadi Susillo, dkk. 2009. *Potensi Agrowisata di Perdesaan*. Bogor: Biro Perencanaan Pertanian
- Harahap, Isnaini. 2018. *Ekonomi Pembangunan Pendekatan Transdisipliner*. Medan: Perdana Publisng
- Rangkuti, Freedy. 2003 *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Bawono, Icuk Rangga, dkk. 2009. *Potensi Desa Di Indonesia*. Jakarta: PT Grasindo
- B. Milles A Matthew dan Michael Huberman Terj. Tjetjep Rohendi Rohdi. 1992. *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta : UI Press
- Darwanto, Herry. 2004. *Tata Cara Perencanaan Pengembangan Kawasan Untuk Percepatan Pembangunan Daerah*. Direktur Pengembangan Kawasan Khusus dan Tertinggal : Bappenas
- Dinar, Muhamad. 2018. *Pengantar Ekonomi Teori dan Aplikasi*. Makassar : CV. Nur Lina
- Djakfar, Muhammad. 2017. *Pariwisata Halal Prespektif Multidimensi*. Malang: UIN Maliki Press
- Imsar, Analisis Produksi Dan Pendapatan Usaha Tani Kopi Gayo (Arabika) Kabupaten Benar Meriah (Studi Kasus: Desa Pantan Tengah Kecamatan Permata). Medan, 2018 <http://repository.uinsu.ac.id/5091/>
- Bangun, Nur Cahaya. 2003. *“Strategi Pengembangan Agrowisata Sebagai Pariwisata Alternatif Di Desa Barusjahe Kabupaten Karo”* Medan: Universitas Sumatera Utara

Studia Economica: Jurnal Ekonomi Islam, Volume VII No. 2
Juli–Desember 2021: 301-325

Puspitasari, selvia. 2010. *Kajian Potensi Agro di Kabupaten Bandung Berdasarkan Aspek Permintaan dan Sediaan*. Bandung : Insitut Teknologi Bandung