

Strategi pengembangan agrowisata jeruk petik sendiri di Kecamatan Merek Kabupaten Karo

by Lince R. Panataria '

Submission date: 27-Jun-2022 11:13PM (UTC+0700)

Submission ID: 1863752761

File name: Agrowisata.pdf (1.91M)

Word count: 3244

Character count: 19982



Strategi pengembangan agrowisata jeruk petik sendiri di Kecamatan Merek Kabupaten Karo

Own pick orange agrotourism development strategy in the Merek District of Karo Regency

Jones P. Simatupang¹, Helena Tatcher Pakpahan^{1*}, Lince R. Panataria¹,
Donny Simatupang¹, Kenal Hutapea¹

¹Fakultas Pertanian, Universitas Methodist Indonesia
*corresponding author: helenapakpahan@yahoo.co.id

Received: 15th December, 2021 | accepted: 31th January, 2022

ABSTRAK

Agrowisata adalah serangkaian aktivitas pariwisata yang mengembangkan aktivitas pertanian sebagai sasaran utama wisata. Agrowisata mencakup berbagai aspek pertanian antara lain pemandangan alam, kegiatan pertanian, keberagaman dalam produksi pertanian, teknologi pertanian, dan adat istiadat di bidang pertanian yang berlaku di suatu wilayah. Tujuan penelitian adalah melakukan analisis dan identifikasi terhadap faktor internal dan eksternal, dan pengembangan strategi yang sesuai untuk agrowisata jeruk petik sendiri. Penelitian dilaksanakan di agrowisata jeruk petik sendiri di Kecamatan Merek, Kabupaten Karo, Provinsi Sumatera Utara secara purposive. Sampel penelitian sebanyak 40 sampel. Analisis data dilakukan menerapkan matriks IFE (Internal Factor Evaluation), EFE (External Factor Evaluation), matriks SWOT, dan Hasil penelitian ini menemukan 12 faktor internal dan 12 faktor eksternal. Selain itu didapatkan 13 strategi pengembangan agrowisata jeruk petik sendiri.

Kata kunci: agrowisata; jeruk petik sendiri; pengembangan; strategi

ABSTRACT

Agrotourism is a series of tourism activities that develop agricultural activities as the main target of tourism. Agritourism covers various aspects of agriculture, including natural landscapes, agricultural activities, diversity in agricultural production, agricultural technology, and agricultural customs prevailing. The research purpose was to analyze and identify internal and external factors and develop appropriate strategies for orange self-picking agrotourism. The research was carried out in orange self-picked agrotourism in Merek District, Karo Regency.

How to cite: Simatupang, J. P., Pakpahan, H. T., Panataria, L. R., Simatupang, D., Hutapea, K. (2022). Strategi pengembangan agrowisata jeruk petik sendiri di Kecamatan Merek Kabupaten Karo. *Jurnal Agrotek UMMAT*, 9(1), 65-74



1 North Sumatra Province purposively. The research sample was 40 samples. Data analysis was carried out using the IFE (Internal Factor Evaluation), EFE (External Factor Evaluation) matrix, SWOT matrix, and AHP (Analytical Hierarchy Processes). The research results determined the 12 internal factors and 12 external factors. In addition, there were 13 strategies for developing the orange self-picking agrotourism.

Keywords: agrotourism; development; oranges self-picking; strategy

PENDAHULUAN/INTRODUCTION

Kegiatan wisata adalah salah satu indikator penting peningkatan pembangunan di suatu daerah atau negara. Sasaran pembangunan berkelanjutan yang dilaksanakan di daerah adalah kegiatan wisata (Feili *et al.*, 2017). Pariwisata adalah satu sumber pendapatan yang besar di beberapa negara. Pariwisata juga menjadi kemajuan ekonomi negara tersebut. Kegiatan wisata juga memberikan dampak yang signifikan terhadap PAD suatu daerah yang memiliki potensi wisata yang dapat digali dan diunggulkan. Manzoor (Manzoor *et al.*, 2019) menyimpulkan bahwa sektor pariwisata memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan sektor ekonomi dan membuka lapangan kerja yang cukup besar. Penentuan strategi wisata yang tepat bagi suatu obyek wisata harus dikorelasikan dengan sektor industri dan ekonomi sebagai kesatuan pembangunan yang saling berhubungan (Satya, 2018). Pengembangan sektor pariwisata memerlukan keterlibatan pemerintah pusat dan daerah sebagai pembuat peraturan dan penyedia infrastruktur yang diperlukan untuk pembangunan suatu obyek wisata.

Indonesia merupakan salah satu negara agraris dengan potensi wisata di sektor pertanian sehingga memiliki potensi perekonomian yang sangat tinggi di bidang pertanian (Hutama & Purnomo, 2016). Sektor pariwisata merupakan salah satu potensi peningkatan pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Sehingga tidak salah apabila pemerintah menetapkan pariwisata sebagai sektor unggulan dalam praktik ekonomi kreatif di Indonesia. Potensi sektor pariwisata di Indonesia yang sangat besar adalah wisata di sektor pertanian (agrowisata). Potensi pertanian sebagai sektor unggulan perekonomian di Indonesia serta semakin majunya sektor pariwisata, maka kedua sektor tersebut merupakan potensi perekonomian yang luar biasa apabila digabungkan dalam satu entitas ekonomi dalam bentuk agrowisata (Gurindawangsa *et al.*, 2017).

Tujuan agrowisata adalah untuk menambah pengetahuan, kegiatan rekreatif dan memberikan nilai tambah sektor pertanian yang terdiri dari budi daya tanaman pangan, perkebunan, peternakan, dan perikanan darat. Kegiatan agrowisata juga meliputi bidang kehutanan dan



pemanfaatan potensi pertanian lainnya. (Tompodung *et al.*, 2017). Gal dan Hadas (Gal Y, *et al.*, 2010) menyebutkan bahwa kegiatan agrowisata juga menyebabkan peralihan desa sebagai pusat kegiatan pertanian menjadi desa sebagai pusat kegiatan wisata sektor pertanian, sehingga pada akhirnya peran petani berubah dari sekedar memproduksi hasil pertanian berkembang menjadi pelaku sektor usaha di sektor pariwisata.

Agrowisata juga merupakan suatu metode promosi yang efisien dan efektif untuk memasarkan produk-produk pertanian unggulan. Melalui agrowisata para wisatawan dapat menikmati hasil-hasil pertanian di lokasi pertanian secara langsung, selain itu para wisatawan juga dapat merasakan sensasi alam dengan segala keindahan dan keunikannya yang belum pernah dirasakannya. Pengalaman agrowisata merupakan sensasi rasa khusus yang merupakan kenangan berkesan yang bisa menjadi bahan pembicaraan setelah kembali ke asalnya masing-masing (Palit, 2017). Dampak agrowisata bagi perekonomian lokal adalah berkembangnya produk-produk pertanian sebagai komoditas perdagangan, meningkatnya pendapatan daerah, membantu kemajuan wilayah pedesaan. Konsep agrowisata telah banyak diadopsi oleh banyak negara antara lain Sri Lanka (Malkanathi & Routry, 2011); India (Chadda & Bhakare, 2012); dan Cina (Yang *et al.*, 2009)

Atraksi unggulan agrowisata adalah jasa pelayanan di kawasan pertanian dan produk-produk pertanian yang

mempunyai daya tarik khusus dan dapat diunggulkan bagi konsumen atau wisatawan. Selain itu, melalui kegiatan agrowisata derajat kehidupan para petani dapat ditingkatkan selain sebagai penghasil produk-produk pertanian namun juga sebagai pelaku bisnis agrowisata yang dapat dijadikan alternatif sumber pendapatan keluarga sehingga pada akhirnya kesejahteraan keluarga petani dapat meningkat (Utama, 2011). Penelitian Askarpour *et al.*, (2020) menyimpulkan bahwa dampak langsung dari kegiatan agrowisata di suatu daerah adalah peningkatan kemampuan petani dan diversifikasi tanaman agar lebih menarik bagi wisatawan.

Sumatera Utara merupakan salah satu destinasi wisata unggulan di Indonesia dengan objek wisata andalannya adalah Danau Toba yang telah menjadi prioritas utama fokus pembangunan wisata di Indonesia (Kartika, 2017). Letak geografis berada pada posisi strategis karena dikelilingi banyak Kabupaten, salah satunya adalah Kabupaten Karo. Kabupaten Karo memiliki potensi sumber daya alam dan budaya daerah yang dapat dikembangkan sebagai salah satu kawasan destinasi wisata. Alternatif tujuan wisata yang telah dikembangkan di Kabupaten Karo adalah wisata yang berhubungan dengan wisata alam. Potensi wisata yang telah dikembangkan di Kabupaten Karo antara lain 1) wisata pemandangan alam (Penetapan Doulu dan Bukit Gundaling), 2) Danau (Danau Toba, Tongging, dan Lau Kawar), 3) Air terjun (Sipiso-piso dan Sikulikap Doulu), 4) Gunung Berapi



(Sibayak dan Sinabung), 5) Air Panas Alam (Si Debuk-debuk), 6) Atraksi Budaya (Desa Budaya Lingga, Dokan, dan Peceren), 7) Wisata Sejarah (Meriam Putri Hijau dan Museum Pusaka Karo), 8) Agrowisata (jeruk, stroberi, kopi, kol, bunga), 9) Madu Efi, dan 10) Taman Seribu Bunga (Siahaan, 2019).

Potensi hasil pertanian yang dapat dikembangkan sebagai potensi wisata unggulan di Kabupaten Karo adalah agrowisata jeruk. Jeruk merupakan tanaman hasil pertanian yang masuk dalam genus *citrus* yang memiliki sub-genus antara lain *eucitrus* dan *papeda*. Jeruk yang termasuk dalam kelompok sub genus *eucitrus* yang banyak dikembangkan karena buahnya lebih nikmat saat dimakan. Sementara itu sub genus *papeda* memiliki ciri khas yaitu lebih masam contohnya adalah jeruk purut dan jeruk sambal (Endarto & Martini, 2016).

Kecamatan Merek, Kabupaten Karo memiliki kawasan yang tanahnya subur sehingga mata pencaharian utama penduduknya adalah di sektor pertanian dengan jeruk sebagai komoditas utamanya. Perkebunan jeruk dapat ditemukan sepanjang jalan mulai dari Simpang Desa Dokan hingga ke Tongging. Wisatawan yang berkunjung ke Kecamatan Merek dapat membeli jeruk dengan memetik sendiri secara langsung di kebunnya. Harga jeruk yang dipetik langsung di kebun ini cukup terjangkau yaitu Rp 25.000 per kilogram. Kegiatan agrowisata petik jeruk sendiri ini menjadi alternatif wisata bagi masyarakat. Selain dapat menikmati segarnya jeruk, wisatawan juga

dapat menikmati indahnya pemandangan dan sejuknya udara.

Kurniasanti (2019) telah melaksanakan sebuah penelitian untuk menentukan faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pengembangan agrowisata kampung jeruk siam serta menentukan strategi yang dapat dikembangkan guna memajukan kampung jeruk siam. Penelitian ini dilaksanakan di Kampung Jeruk Siam Kecamatan Bangorejo, Kabupaten Banyuwangi. Sampel penelitian antara lain pengelola, petani, pengunjung, pemerintah desa, serta dinas kebudayaan dan pariwisata Kabupaten Banyuwangi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa analisis faktor internal dan eksternal menghasilkan 6 kekuatan dan 4 kelemahan, sementara itu faktor eksternal ditemukan 5 peluang dan 3 ancaman. Strategi pengembangan wisata kampung jeruk siam diperoleh 9 alternatif strategi pengembangan setelah dilakukan analisis SWOT.

Kendala yang terjadi di agrowisata jeruk petik sendiri yaitu kunjungan wisata menurun selama covid 19, belum adanya produk olahan dari buah jeruk, belum optimalnya sinergitas masyarakat dengan pengelola agrowisata, pelayanan yang dilakukan pengelola belum maksimal maka diperlukan perencanaan dalam pengembangan agrowisata jeruk petik sendiri sehingga diharapkan akan mampu menjaga keberlangsungan usaha agrowisata jeruk petik sendiri.

Penelitian ini dilaksanakan untuk melakukan analisis dan identifikasi terhadap faktor internal dan eksternal



dan pengembangan strategi yang sesuai untuk agrowisata jeruk petik sendiri di Kecamatan Merek, Kabupaten Karo, Propinsi Sumatera Utara.

METODOLOGI/METHODOLOGY

Penentuan daerah penelitian dilakukan secara *purposive* di Agrowisata jeruk petik sendiri Kecamatan Merek, Kabupaten Karo. Agrowisata jeruk petik sendiri merupakan salah satu destinasi agrowisata yang mendapatkan antusiasme tinggi dari wisatawan. Sampel dalam penelitian ini dari pihak internal dan pihak eksternal agrowisata jeruk petik sendiri terdiri dari pengelola, masyarakat, pengunjung, pemerintah kecamatan, Dinas Pertanian Kabupaten Karo serta Dinas Pariwisata Ekonomi Kreatif Kabupaten Karo. Sampel berjumlah 40 orang dan dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1.
Sampel penelitian

No	Sampel	Jumlah/ Orang
1	Dinas Pariwisata Ekonomi Kreatif Kab. Karo	1
2	Dinas Pertanian Kab. Karo	1
3	Pemerintah Kecamatan	1
4	Pengelola agrowisata	7
5	Pengunjung agrowisata	20
6	Masyarakat sekitar agrowisata	10
	Total	40

Analisis data dilaksanakan dalam tiga tahap penentuan strategi. Tahap pertama, input data. Pada tahap ini dilaksanakan dengan melakukan analisis lingkungan eksternal dan internal yang selanjutnya dilakukan evaluasi menggunakan matrik *Eksternal Factor Evaluation* (EFE) dan *Internal Factor Evaluation* (IFE). Tahap

kedua, Tahap kedua, pencocokan. Pada tahap ini dilaksanakan analisis internal-eksternal (IE) dan analisis SWOT. Data IE dan SWOT berasal dari matriks EFE dan IFE pada tahap pertama. Tahap ketiga, perumusan strategi. Perumusan strategi merupakan penentuan perencanaan jangka panjang berbasis manajemen efektif dengan memperhatikan peluang dan ancaman, selain itu juga mempertimbangkan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Analisis SWOT dilakukan untuk memastikan kondisi yang terjadi dan mengembangkan suatu konsep bisnis berdasarkan analisis kekuatan dan kelemahan internal serta peluang dan ancaman yang berasal dari eksternal perusahaan/lembaga (Wilantara & Susilawati, 2016).

HASIL DAN PEMBAHASAN/RESULTS AND DISCUSSION

IFE dan EFE dilaksanakan setelah teridentifikasi faktor internal dan eksternal perusahaan agrowisata sehingga menghasilkan kekuatan, kelemahan, ancaman, dan peluang. Matriks IFE dibuat berdasarkan faktor kekuatan dan kelemahan agrowisata jeruk petik sendiri jeruk, sementara itu matrik EFE berdasarkan faktor peluang ancaman. Matrik IFE dan EFE selanjutnya diberi bobot masing-masing item pernyataan melalui pembobotan model *paired comparison*. Hasil pembobotan masing-masing faktor agrowisaa petik sendiri jeruk ditampilkan pada tabel 2 berikut ini.



Tabel 2.
Internal factor evaluation (IFE)

No	Faktor-Faktor Internal	Total Nilai	Bobot	Relatif Bobot	Rating	Skor
A. Indikator Kekuatan						
1	Kualitas buah jeruk yang dihasilkan	134	3,5	0,108	4	0,43
2	Uang masuk gratis	160	4	0,123	4	0,49
3	Keramahan pengelola	135	3,5	0,108	4	0,43
4	Buah kearifan lokal	153	4	0,123	4	0,49
5	Akses	120	3	0,092	3	0,28
6.	Letak yang strategis	158	4	0,123	4	0,49
Sub Total		860	22	0,677		2,62
B. Indikator Kelemahan						
1.	Permodalan	68	2	0,062	2	0,12
2.	Kualitas SDM	70	2	0,062	2	0,12
3	Harga jeruk	74	2	0,062	2	0,12
4	Keterbatasan fasilitas	59	1,5	0,046	2	0,09
5.	Variasi produk	40	1	0,031	1	0,03
6.	Kepemilikan lahan	83	2	0,062	2	0,12
Sub Total		394	10,5	0,323		0,62
Total (A+B)		1.254	32,5	1		3,23

Tabel 2 menunjukkan analisis matriks IFE. Kekuatan agrowisata petik sendiri jeruk antara lain uang masuk bebas, jeruk merupakan kearifan lokal, dan posisi agrowisata yang cukup strategis. Nilai relatif bobot kekuatan adalah 0,123. Kelemahan yang diperoleh dari analisis IFE antar lain modal, mutu SDM, harga jeruk, dan hak milik lahan. Nilai relatif bobot faktor kelemahan adalah 0,062.

Analisis faktor eksternal agrowisata jeruk petik sendiri dilakukan untuk menentukan faktor peluang dan ancaman yang dihadapi agrowisata. Analisis faktor eksternal dilakukan dengan menentukan rata-rata tertimbang yang diperoleh dari narasumber. Peluang dan ancaman dari luar agrowisata ditampilkan dalam matrik EFE yang ditampilkan data Tabel 3.



Tabel 3.
External factor evaluation (EFE)

No	Faktor-Faktor Eksternal	Total Nilai	Bobot	Relatif Bobot	Rating	Skor
A. Indikator Peluang						
1	Kecenderungan pengunjung untuk mengetahui cara menanam dan panen	129	3	0,074	3	0,22
2	Pengembangan dilakukan melalui e-commerce	151	4	0,099	4	0,40
3	Kondisi alam potensial	160	4	0,099	4	0,40
4	Berkembangnya sektor agrowisata	158	4	0,099	4	0,40
5	Pengunjung dapat menikmati buah jeruk	160	4	0,099	4	0,40
6	Pengembangan budaya Karo	160	4	0,099	4	0,40
Sub Total		918	23	0,568		2,20
B. Indikator Ancaman						
1.	Wabah virus Covid 19	160	4	0,099	4	0,40
2.	Perubahan iklim yang menyebabkan hama dan penyakit pada tanaman jeruk	134	3,5	0,086	4	0,35
3.	Agrowisata jeruk petik sendiri yang sejenis di Kabupaten Karo	150	4	0,99	4	0,40
4.	Rusaknya lingkungan alam sekitar	49	1	0,025	1	0,02
5.	Ada agrowisata lain di sekitar agrowisata jeruk petik sendiri	120	3	0,074	3	0,22
6.	Ada agrowisata jeruk petik sendiri dan agrowisata lain didalam satu lahan	51	2	0,049	2	0,10
Sub Total		664	17,5	0,432		1,48
Total			40,5	1		3,68

Tabel 3 menyajikan matrik EFE yang menunjukkan bahwa peluang yang harus dipertimbangkan untuk penentuan strategi dan pengembangan agrowisata petik jeruk sendiri antara lain adalah pengembangan media e-commerce, potensi alam Kabupaten Karo yang baik, perkembangan sektor pariwisata di Kabupaten Karo. Pengunjung /wisatawan dapat menikmati buah jeruk sepuasnya, dan pengembangan budaya Kabupaten Karo dengan nilai relatif sebesar 0,099. Matrik EFE juga menunjukkan bahwa ancaman utama pengembangan agrowisata adalah wabah virus Covid-19 yang

mendapatkan nilai relatif sebesar 0,099.

Berdasarkan deskripsi di atas mana total nilai IFE dari kekuatan dan kelemahan agrowisata jeruk petik sendiri sebesar 2,00 dan nilai EFE dari peluang dan ancaman sebesar 0,72. Skor rata-rata IFE dan EFE selanjutnya dapat dibuat matrix IE (Internal External). Pemetaan skor faktor internal dan eksternal menunjukkan bahwa posisi agrowisata petik sendiri buah jeruk termasuk dalam sel I di kuadran matriks IE. Sehubungan dengan hal tersebut maka yang dapat dilaksanakan untuk mengelola



posisi tersebut adalah melalui strategi tumbuh dan membangun (David, 2010). Strategi pengembangan yang tepat untuk agrowisata petik sendiri buah jeruk adalah strategi intensif yaitu dengan cara melakukan penetrasian pasar, mengembangkan pasar potensial, dan mengembangkan produk utama. Langkah kedepan yang perlu dilakukan adalah melakukan strategi integrasi.

Analisis SWOT menunjukkan beberapa alternatif strategi pengembangan agrowisata petik sendiri buah jeruk. Strategi pengembangan agrowisata yang dimunculkan dari analisis SWOT adalah SO (*Strengths-Opportunities*), ST (*Strengths-Threats*), WO (*Weaknesses-Opportunities*), dan WT (*Weaknesses-Threats*). Analisis SWOT dilakukan berdasarkan data yang diperoleh dari matrik IFE dan EFE. Hasil analisis SWOT merumuskan sebanyak 4 strategi SO, 3 strategi WO, 3 strategi ST, dan 3 strategi WT.

Strategi SO yang dihasilkan yaitu: (1) meningkatkan kualitas buah jeruk yang dihasilkan dengan kondisi alam yang potensial, (2) memanfaatkan kondisi daerah agrowisata yang strategis, (3) meningkatkan tarif masuk dan (4) menjadikannya sebagai produk unggulan daerah dengan pengembangan budaya Karo.

Strategi WO yang dihasilkan meliputi: (1) Mengurangi permodalan yang kurang dengan memanfaatkan media e-commerce, (2) Mengurangi harga jeruk dengan menikmati hasil perkebunan jeruk petik sendiri, dan (3) Meningkatkan variasi produk yang

ditawarkan melalui media e-commerce.

Strategi ST yang dihasilkan meliputi: (1) Uang masuk gratis selama adanya wabah virus Covid-19, (2) Meningkatkan keramahan pengelola agrowisata dengan adanya wabah Covid-19 dan (3) Meningkatkan sarana prasarana mencapai lokasi agrowisata untuk menghadapi ancaman adanya objek wisata di sekitar agrowisata jeruk petik sendiri.

Strategi WT yang dihasilkan adalah (1) Meningkatkan kualitas sumber daya manusia di agrowisata jeruk petik sendiri untuk menghadapi perubahan iklim yang menyebabkan adanya hama dan penyakit pada tanaman jeruk, (2) Meningkatkan peralatan agrowisata jeruk untuk menghadapi ancaman adanya agrowisata yang sejenis di Kabupaten Karo, dan (3) Meningkatkan variasi produk yang ditawarkan untuk menghadapi ancaman adanya agrowisata yang sejenis di Kabupaten Karo.

SIMPULAN/CONCLUSION

Analisis faktor internal menghasilkan enam kekuatan dan enam kelemahan. Faktor eksternal menghasilkan enam peluang dan enam ancaman. Strategi pengembangan agrowisata jeruk petik sendiri memiliki 13 alternatif strategi yang dihasilkan dari analisis SWOT. yaitu: 4 strategi SO, 3 strategi WO, 3 strategi ST, dan 3 strategi WT. Strategi SO, yaitu (1) meningkatkan kualitas buah jeruk, (2) memanfaatkan kondisi daerah agrowisata yang strategis, (3) meningkatkan tarif masuk dan (4) menjadikannya sebagai produk unggulan daerah. Strategi WO,



yaitu: (1) Mengurangi permodalan, (2) Mengurangi harga jeruk, dan (3) Meningkatkan variasi produk. Strategi ST, yaitu: (1) Uangmasuk gratis selama wabah virus Covid-19, (2) Meningkatkan keramahan pengelola agrowisata, dan (3) Meningkatkan sarana prasarana. Strategi WT, yaitu: (1) Meningkatkan kualitas sumber daya manusia, (2) Meningkatkan peralatan agrowisata jeruk, dan (3) Meningkatkan variasi produk.

DAFTAR PUSTAKA/REFERENCES

- Chadda, D., & Bhakare, S. (2012). Socio-Economic Implications Of Agri Tourism in India. *International Conference on Innovation, Trade and Economics-ICITE*, 30, 151–155.
- David, F. R. (2010). *Manajemen Strategi: Konsep dan Kasus, Edisi ke 12*. Jakarta : Salemba Empat.
- Endarto, O., & Martini, E. (2016). Pedoman Budidaya Jeruk Sehat. *Balai Penelitian Tanaman Jeruk Dan Buah Subtropika (Balitjestro) Bekerjasama Dengan Agfor Sulawesi*. Bogor : World Agroforestry Centre (ICRAF) Southeast Asia Regional Program.
- Feili R, Zaman W, Abdullah WNW, Yang, & Tajul A. (2017). Physical and Sensory Analysis of High Fiber Bread Incorporated With Jackfruit Rind Flour. *Food Sci Technol*, 1, 30–36.
- Gal Y, Gal, A., & Hadas, D. (2010). Coupling Tourism Development and Agricultural Processes in a Dynamic Environment. *Current Issues in Tourism*, 13, 279–295.
- Gurindawangsa, S. A., Topowijono, & Supriono. (2017). Analisis Startegi Pengembangan Produk Agrowisata. *Jurnal Administrasi Publik*, 51(2), 141–150.
- Hutama, A. W., & Purnomo, H. (2016). Wisata Agrikultur Modern Kota Gresik. *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, Vol 5(No 2), hal 151–154.
- Kartika, E. (2017). *Strategi Pengembangan Objek Wisata Air Terjun Sipiso-piso Dan Tongging Dalam Rangka Pembangunan Pariwisata Danau Toba*. Universitas Sumatera Utara.
- Kurniasanti, S. A. (2019). Analisis Strategi Pengembangan Produk Agrowisata. *Journal of Tourism and Creativity*, 3(1), 65–76.
- Malkanathi, S., & Routry, J. (2011). Potential for Agritourism Development: Evidence from Sri Lanka. *Journal of Agricultural Sciences*, 6(1), 45–58.
- Manzoor, F., Wei, L., Asif, M., Haq, M. Z. ul, & Rehman, H. ur. (2019). The Contribution of Sustainable Tourism to Economic Growth and Employment in Pakistan. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16(19).
- Palit. (2017). *Tujuan Agrowisata Untuk Memperluas Pengetahuan*. Jakarta. Gramedia.
- Satya, V. E. (2018). Strategi Indonesia Menghadapi Industri 4.0. *Info Singkat*, 10(9), 19–24.
- Siahaan, S. (2019). *Kebun Madu Efi, Wisata Edukasi Kekinian di Tanah Karo*. Tribun-Medan.com.
- Tompodung, A. S., Poluan, R. ., & Rate, J. Van. (2017). *Pengembangan Kawasan Agrowisata Di Kecamatan Tomohon Timur*. 4(1), 125–135.
- Utama, I. G. B. R. (2011). *Agrowisata Sebagai Pariwisata Alternatif Indonesia*. Yogyakarta : Deepublish.
- Wilantara, R. F., & Susilawati. (2016). *Strategi Dan Kebijakan Pengembangan UMKM*. Bandung : Refika Aditama.
- Yang Z, Cai, J., & Sliuzas, R. (2010). Agro-tourism enterprises as a form of multifunctional urban agriculture for peri-urban development in China. *Habitat International*, 34, 374–385.
- Yang Z, Yang L, Xiao-Yan, Q., & Yu-me, S. (2009). *Municipal Solid Waste*



Management in Beijing City. *Waste Management*, 29(9).

Yang, Z. (2012). Analysis on Cloud Computing Security Threat. *Communications Technology*, 9.

Strategi pengembangan agrowisata jeruk petik sendiri di Kecamatan Merek Kabupaten Karo

ORIGINALITY REPORT

10%

SIMILARITY INDEX

11%

INTERNET SOURCES

2%

PUBLICATIONS

1%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	garuda.kemdikbud.go.id Internet Source	5%
2	repositori.usu.ac.id Internet Source	2%
3	journal.univetbantara.ac.id Internet Source	1%
4	pt.scribd.com Internet Source	1%
5	moam.info Internet Source	1%
6	Submitted to Griffith University Student Paper	1%

Exclude quotes Off

Exclude bibliography Off

Exclude matches Off

Strategi pengembangan agrowisata jeruk petik sendiri di Kecamatan Merek Kabupaten Karo

GRADEMARK REPORT

FINAL GRADE

/0

GENERAL COMMENTS

Instructor

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7

PAGE 8

PAGE 9

PAGE 10
