

## Strategi Perancangan Aset Konten Untuk Meningkatkan Daya Tarik Agrowisata

**Salamatul Afiyah**

<sup>1</sup>UIN Sunan Gunung Djati Bandung

email: [salamatul.afiyah@uinsgd.ac.id](mailto:salamatul.afiyah@uinsgd.ac.id)

### Info Artikel :

Diterima :

05-04-2024

Disetujui :

03-05-2024

Dipublikasikan :

20-05-2024

### ABSTRAK

Agrowisata di Indonesia menawarkan pengalaman unik yang menggabungkan keindahan alam, warisan budaya, dan kegiatan pertanian. Selain memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat lokal, pengembangan agrowisata juga berperan dalam menjaga keberlanjutan lingkungan dan kearifan lokal. Melalui kegiatan pelatihan yang dilakukan melalui *Focus Discussion Group* bahasan mengenai strategi perancangan aset konten digital menjadi kunci dalam meningkatkan daya tarik agrowisata. Konten digital yang menarik dan informatif dapat mempromosikan destinasi agrowisata, menjangkau audiens yang lebih luas, dan meningkatkan minat pengunjung. Penting untuk mempertimbangkan studi target audiens, pemilihan platform, desain visual yang kreatif, dan kolaborasi dengan influencer. Selain itu, pembaruan fasilitas dan penyediaan jasa pendukung seperti tempat makanan lokal dan produk cinderamata dapat meningkatkan pengalaman pengunjung. Dengan upaya terkoordinasi, agrowisata di Indonesia memiliki potensi untuk menjadi sektor unggulan dalam industri pariwisata, memberikan dampak positif bagi ekonomi, sosial, dan lingkungan.

**Kata Kunci:** Agrowisata, Konten, Daya Tarik.

### ABSTRACT

*Agrotourism in Indonesia offers a unique experience that combines natural beauty, cultural heritage, and agricultural activities. In addition to providing economic benefits to local communities, the development of agrotourism also plays a role in preserving environmental sustainability and local wisdom. Through training activities conducted through Focus Discussion Groups discussing the strategy of designing digital asset content becomes the key to increasing the attractiveness of agrotourism. Engaging and informative digital content can promote agrotourism destinations, reach a wider audience, and increase visitor interest. It is important to consider target audience studies, platform selection, creative visual design, and collaboration with influencers. Furthermore, facility upgrades and the provision of supporting services such as local eateries and souvenir products can enhance visitor experiences. With coordinated efforts, agrotourism in Indonesia has the potential to become a leading sector in the tourism industry, providing positive impacts on the economy, society, and environment.*

**Keywords:** *Agrotourism, Content, Attraction.*



©2022 Penulis. Diterbitkan oleh Sabajaya Publisher. Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi Creative Commons Attribution NonCommercial 4.0 International License. (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>)

## PENDAHULUAN

Indonesia, sebagai negara agraris dengan luas lahan pertanian dan topografi wilayah yang beragam, memiliki potensi besar untuk mengembangkan agrowisata. Konsep ini menggabungkan kegiatan agronomi dengan pariwisata, membuka peluang baru dalam industri wisata yang berkelanjutan. Agrowisata tidak hanya bertujuan untuk memberikan pengalaman rekreasi, tetapi juga untuk memperluas pengetahuan dan mempererat hubungan antara pengunjung dengan usaha pertanian. (Suwarsito et al, 2022)

Pengembangan agrowisata di berbagai wilayah di Indonesia bukan hanya memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat lokal, tetapi juga berperan dalam melestarikan lingkungan alam kawasan pertanian. Penelitian oleh Utama dan Junaedi (2019) menunjukkan bahwa pengembangan agrowisata membuka peluang lapangan kerja, meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat desa, serta memiliki potensi ekonomis yang tinggi.

Agrowisata memiliki prinsip dasar sebagai kegiatan industri yang mengundang konsumen untuk mengalami langsung objek wisata yang ditawarkan. Keaslian, keunikan, kenyamanan, dan keindahan alam menjadi aset penting yang menarik kunjungan wisata. Oleh karena itu, menjaga kualitas lingkungan menjadi kunci penting dalam menjaga daya tarik agrowisata. Masyarakat dan petani setempat perlu terlibat aktif dalam menjaga keaslian, kenyamanan, dan kelestarian lingkungan, sebagaimana disoroti oleh penelitian Irene et al. (2017).

Dengan demikian, pengembangan agrowisata yang memanfaatkan aset alam dan budaya serta melibatkan partisipasi aktif masyarakat setempat diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam pembangunan pariwisata Indonesia yang berkelanjutan.

Agrowisata, sebagai salah satu bentuk pariwisata yang menggabungkan aspek pertanian dengan kegiatan rekreasi, semakin mendapatkan perhatian yang besar dari para pelancong dan pengunjung (Pahleviannur et al, 2019). Kehadirannya tidak hanya memberikan pengalaman baru dalam menjelajahi keindahan alam dan kegiatan pertanian, tetapi juga memberikan peluang ekonomi yang signifikan bagi masyarakat lokal. Namun, dalam era digital seperti saat ini, di mana informasi dapat diakses dengan mudah melalui internet dan media sosial, tantangan baru muncul dalam mempromosikan dan meningkatkan daya tarik agrowisata.

Strategi perancangan aset konten digital menjadi kunci penting dalam upaya meningkatkan daya tarik agrowisata. Konten digital yang menarik dan informatif mampu memberikan gambaran yang jelas tentang potensi dan pengalaman yang ditawarkan oleh destinasi agrowisata kepada calon pengunjung (Nasikhah, 2018). Dengan menggunakan berbagai media digital seperti situs web, media sosial, video, dan aplikasi seluler, destinasi agrowisata dapat menjangkau khalayak yang lebih luas serta menarik minat mereka untuk mengunjungi tempat tersebut.

Dalam konteks ini, strategi perancangan aset konten digital tidak hanya mencakup pembuatan konten yang visual menarik, tetapi juga melibatkan pemahaman yang mendalam tentang target audiens, tren pasar, dan nilai tambah yang ditawarkan oleh agrowisata. Penggunaan teknologi seperti drone untuk pengambilan gambar udara, konten 360 derajat untuk memberikan pengalaman virtual kepada pengunjung, dan penggunaan cerita naratif yang menarik dapat meningkatkan kualitas konten digital dan menjadikannya lebih menarik bagi pengguna.

Melalui artikel ini, akan dibahas secara lebih mendalam mengenai strategi perancangan aset konten digital yang efektif dalam meningkatkan daya tarik agrowisata. Dengan pemahaman yang mendalam tentang tantangan dan peluang dalam memanfaatkan teknologi digital, diharapkan para pemangku kepentingan dalam industri agrowisata dapat mengembangkan strategi yang inovatif dan berkelanjutan untuk mempromosikan destinasi mereka serta meningkatkan minat pengunjung untuk berpartisipasi dalam kegiatan agrowisata.

## **METODE PELAKSANAAN**

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dilakukan melalui serangkaian pelatihan yang bertujuan untuk memberikan pemahaman dan keterampilan dalam memanfaatkan konten digital guna meningkatkan daya tarik agrowisata. Kami juga menerapkan metode Diskusi Kelompok Terfokus (*Focus Group Discussion/FGD*) untuk mengatasi tantangan yang dihadapi, yang melibatkan partisipasi aktif dari anggota komunitas. Dalam FGD, diskusi difokuskan pada pandangan, pendapat, serta solusi yang diajukan oleh anggota komunitas terkait permasalahan yang mereka alami, termasuk strategi perancangan aset dalam meningkatkan daya tarik agrowisata. Selain itu, dalam pelaksanaan pelatihan, kami juga memberikan pemahaman tentang konsep dan implementasi strategi perancangan aset konten digital yang efektif. Melalui pendekatan ini, diharapkan agrowisata dapat menjadi daya tarik yang signifikan bagi masyarakat, serta memberikan dampak positif dalam pengembangan ekonomi lokal dan kesejahteraan petani.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kegiatan pelatihan ini bertujuan untuk menguraikan dan memaparkan hasil diskusi yang telah dilakukan bersama oleh peserta. Dalam pembahasan mengenai strategi perancangan aset konten untuk meningkatkan daya tarik agrowisata, beberapa hal utama dibahas. Pertama, dipaparkan potensi agrowisata yang dimiliki oleh Indonesia, menggambarkan keragaman dan potensi yang dimiliki oleh destinasi agrowisata di berbagai wilayah. Indonesia, sebagai negara agraris dengan kekayaan alam dan budaya yang melimpah, memiliki potensi agrowisata yang sangat besar. Dari Sabang hingga Merauke,

setiap wilayah di Indonesia menawarkan ragam keindahan alam dan keberagaman budaya yang menjadi daya tarik utama dalam pengembangan agrowisata. (Swastika et al, 2017)

Salah satu potensi utama agrowisata di Indonesia adalah kekayaan alamnya. Dari pesisir pantai yang eksotis hingga perbukitan yang hijau, Indonesia menawarkan berbagai jenis destinasi agrowisata yang menakjubkan. Berbagai jenis pertanian seperti perkebunan buah-buahan tropis, perladangan padi, kebun teh, dan ladang bunga menjadi objek wisata yang menarik untuk dikunjungi. Selain itu, keberagaman flora dan fauna Indonesia juga memberikan potensi untuk pengembangan agrowisata yang berfokus pada konservasi alam dan ekowisata. (Mentari et al, 2020).

Selain kekayaan alam, keberagaman budaya Indonesia juga menjadi daya tarik unik dalam pengembangan agrowisata. Indonesia memiliki beragam suku, adat istiadat, dan tradisi yang kaya akan nilai budaya dan sejarah. Pengunjung dapat menikmati pengalaman yang berbeda di setiap destinasi agrowisata, mulai dari berpartisipasi dalam proses panen tradisional hingga menyaksikan pertunjukan seni dan budaya lokal (Pambudi et al, 2018). Selain potensi alam dan budaya, Indonesia juga memiliki keuntungan geografis sebagai negara tropis dengan iklim yang hangat sepanjang tahun. Hal ini memungkinkan Indonesia untuk menjadi tujuan wisata agrowisata yang menarik bagi wisatawan domestik maupun mancanegara sepanjang tahun.



**Gambar 1 Agrowisata di Indonesia**  
Sumber: tamaninspirasi.com

Namun, untuk mengoptimalkan potensi agrowisata di Indonesia, diperlukan upaya yang terkoordinasi dari berbagai pihak, termasuk pemerintah, pelaku industri pariwisata, dan masyarakat lokal. Perlu dilakukan investasi dalam infrastruktur pariwisata, pembinaan dan pelatihan bagi para petani dan pengelola agrowisata, serta promosi yang intensif baik di dalam maupun di luar negeri. Dengan memanfaatkan potensi alam dan budaya yang dimiliki, agrowisata di Indonesia memiliki potensi besar untuk menjadi salah satu sektor unggulan dalam industri pariwisata. Dengan pengembangan yang berkelanjutan dan berbasis masyarakat, agrowisata dapat memberikan manfaat ekonomi, sosial, dan lingkungan yang signifikan bagi Indonesia, sambil memperkaya pengalaman wisatawan dari berbagai penjuru dunia. (Sudirjo et al, 2023)

Selanjutnya, strategi perancangan aset konten digital dijelaskan dengan rinci, menyoroti metode dan pendekatan yang dapat membantu dalam meningkatkan daya tarik agrowisata melalui konten digital yang menarik dan informatif. Dalam era digital yang semakin maju, perancangan aset konten digital menjadi kunci penting dalam upaya meningkatkan daya tarik agrowisata. Konten digital yang menarik dan informatif dapat menjadi sarana yang efektif untuk mempromosikan destinasi agrowisata, menarik minat pengunjung, serta memperluas jangkauan pasar. Untuk itu, penting untuk menyoroti metode dan pendekatan yang dapat membantu dalam merancang konten digital yang memikat dan efektif.

1. Studi Target Audiens dan Pasar: Sebelum merancang konten digital, penting untuk memahami siapa target audiens yang ingin dituju dan karakteristik pasar yang dituju. Ini dapat dilakukan melalui studi pasar dan analisis data pengunjung sebelumnya. Dengan pemahaman yang mendalam tentang preferensi dan kebutuhan target audiens, kita dapat merancang konten yang lebih relevan dan menarik. (Damayanti et al, 2020)

2. Pemilihan Platform dan Media: Setelah mengetahui target audiens, langkah selanjutnya adalah memilih platform dan media yang tepat untuk menyampaikan konten digital. Ini bisa berupa situs web, media sosial, aplikasi seluler, atau platform video. Pemilihan platform harus didasarkan pada kebiasaan konsumen target dan jenis konten yang ingin disampaikan.
3. Kreativitas dalam Desain Visual: Desain visual memainkan peran kunci dalam menarik perhatian pengunjung. Konten digital harus dirancang dengan desain yang menarik, estetika yang menarik, dan gambar yang berkualitas tinggi. Penggunaan foto dan video yang menarik serta grafis yang menarik dapat membuat konten lebih menarik dan mengundang interaksi.
4. Penggunaan Cerita Naratif yang Menarik: Menyajikan cerita naratif yang menarik dan relevan dapat meningkatkan keterlibatan pengunjung dengan konten digital. Cerita naratif dapat membawa pengunjung dalam perjalanan visual yang memikat dan membuat mereka merasa terhubung dengan destinasi agrowisata. Penggunaan teknik storytelling yang kuat dapat meningkatkan daya tarik konten digital secara signifikan.
5. Kolaborasi dengan Pengguna dan Influencer: Kolaborasi dengan pengguna dan influencer di media sosial dapat menjadi strategi efektif untuk meningkatkan visibilitas konten digital. Melibatkan pengguna dan influencer dalam pembuatan dan penyebaran konten dapat membantu memperluas jangkauan dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap destinasi agrowisata. (Parinsi & Dwi, 2023)
6. Pemantauan dan Evaluasi Kinerja Konten: Penting untuk terus memantau dan mengevaluasi kinerja konten digital untuk memastikan efektivitasnya dalam meningkatkan daya tarik agrowisata. Analisis statistik dan umpan balik dari pengunjung dapat memberikan wawasan berharga untuk meningkatkan konten di masa mendatang. (Saputra et al. 2018)



**Gambar 2 Contoh pembuatan konten agrowisata**  
Sumber: kumparan.com

Dengan menerapkan strategi perancangan aset konten digital yang komprehensif dan berorientasi pada pengguna, agrowisata dapat memanfaatkan potensi digital untuk meningkatkan daya tarik, meningkatkan kunjungan wisatawan, dan memperluas dampak ekonomi dan sosialnya.

Dalam diskusi pelatihan ini juga dipertimbangkan faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam perancangan aset konten, termasuk kendala-kendala teknis, peraturan-peraturan yang berlaku, serta keterbatasan sumber daya. Perancangan aset konten digital untuk meningkatkan daya tarik agrowisata dipengaruhi oleh sejumlah faktor pendukung dan penghambat yang perlu diperhatikan. Faktor pendukung meliputi ketersediaan teknologi yang semakin meluas dan inovasi teknologi digital seperti *augmented reality* (AR) dan *virtual reality* (VR) (Nurami et al, 2020) . Dukungan dari pemerintah juga sangat berperan dalam membantu pengembangan konten digital dengan kebijakan dan insentif yang mendukung. Namun, ada pula faktor penghambat yang perlu dihadapi, seperti kendala teknis seperti keterbatasan akses internet dan infrastruktur yang kurang mendukung, peraturan yang kompleks terkait hak cipta dan privasi data, serta keterbatasan sumber daya seperti anggaran dan tenaga kerja. Mengatasi faktor-faktor penghambat ini memerlukan kerja sama antara pemerintah, pengelola agrowisata, dan pemangku kepentingan lainnya melalui langkah-langkah strategis seperti peningkatan infrastruktur digital, penyediaan pelatihan tentang teknologi digital, dan penyusunan kebijakan yang mendukung pengembangan konten digital. (Suwarsito, 2022)

Selain itu, pembahasan mencakup juga tentang pembaruan fasilitas yang dapat meningkatkan daya tarik bagi masyarakat pengunjung, termasuk peningkatan kualitas dan kuantitas fasilitas wisata serta penyediaan berbagai jasa pendukung, mulai dari tempat makan hingga produk-produk cinderamata

khas setempat yang sesuai dengan karakteristik dan budaya lokal (Jafaruddin et al, 2020). Dalam strategi perancangan aset untuk meningkatkan daya tarik agrowisata, pembaruan fasilitas memegang peranan penting dalam memberikan pengalaman yang lebih memuaskan bagi masyarakat pengunjung. Hal ini meliputi peningkatan kualitas dan kuantitas fasilitas wisata serta penyediaan berbagai jasa pendukung yang mendukung. Pertama-tama, peningkatan kualitas fasilitas wisata seperti tempat parkir, toilet, dan area istirahat menjadi prioritas utama. Fasilitas yang bersih, nyaman, dan terawat akan meningkatkan kesan positif pengunjung terhadap destinasi agrowisata. Selain itu, peningkatan kuantitas fasilitas, seperti penambahan tempat duduk atau meja piknik, dapat memenuhi kebutuhan pengunjung dalam menikmati pengalaman wisata yang lebih menyenangkan. (Utami, 2017)

Selanjutnya, penyediaan berbagai jasa pendukung juga merupakan bagian penting dari pembaruan fasilitas. Tempat makan yang menyajikan makanan lokal dan produk-produk kuliner khas daerah menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan yang ingin mencicipi kekayaan kuliner lokal. Selain itu, keberadaan toko atau kios yang menjual produk cinderamata khas setempat juga dapat menjadi daya tarik tambahan bagi pengunjung yang ingin membawa pulang kenang-kenangan dari destinasi agrowisata tersebut (Pratama, 2021). Produk-produk ini harus sesuai dengan karakteristik dan budaya lokal, sehingga dapat menjadi representasi yang autentik dari destinasi tersebut.

Dengan melakukan pembaruan fasilitas ini, diharapkan destinasi agrowisata dapat memberikan pengalaman yang lebih lengkap dan memuaskan bagi pengunjung. Hal ini tidak hanya akan meningkatkan kunjungan wisatawan, tetapi juga akan memberikan dampak positif bagi perkembangan ekonomi lokal dan pelestarian budaya daerah. Oleh karena itu, pembaruan fasilitas merupakan bagian integral dari strategi perancangan aset untuk meningkatkan daya tarik agrowisata secara keseluruhan.

Dengan demikian, melalui kegiatan pelatihan ini, diharapkan peserta dapat memperoleh pemahaman yang mendalam tentang berbagai aspek penting dalam strategi perancangan aset konten untuk meningkatkan daya tarik agrowisata, serta dapat menerapkannya secara efektif dalam pengembangan destinasi agrowisata di berbagai wilayah di Indonesia.

## KESIMPULAN

Potensi besar agrowisata di Indonesia, yang menggabungkan keindahan alam, kekayaan budaya, dan kegiatan pertanian untuk menciptakan pengalaman wisata yang unik dan berkesan. Pengembangan agrowisata tidak hanya memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat lokal, tetapi juga berperan dalam pelestarian lingkungan alam dan budaya daerah.

Pentingnya strategi perancangan aset konten digital dalam meningkatkan daya tarik agrowisata. Konten digital yang menarik dan informatif memiliki potensi besar untuk mempromosikan destinasi agrowisata, menjangkau khalayak yang lebih luas, dan meningkatkan minat pengunjung. Dengan mempertimbangkan studi target audiens, pemilihan platform dan media yang tepat, desain visual yang kreatif, penggunaan cerita naratif yang menarik, serta kolaborasi dengan pengguna dan influencer, kita dapat merancang konten digital yang efektif dan memikat.

Selain itu, pentingnya pembaruan fasilitas dan penyediaan jasa pendukung dalam meningkatkan daya tarik agrowisata telah ditekankan. Pembaruan fasilitas dan penyediaan jasa pendukung seperti tempat makanan lokal dan produk cinderamata khas setempat dapat memberikan pengalaman yang lebih lengkap dan memuaskan bagi pengunjung.

Dengan menggabungkan pemahaman tentang potensi agrowisata, strategi perancangan aset konten digital, dan pembaruan fasilitas, diharapkan para pemangku kepentingan dalam industri pariwisata dapat mengembangkan destinasi agrowisata yang lebih menarik dan berkesan. Melalui upaya yang terkoordinasi dan berkelanjutan, agrowisata di Indonesia memiliki potensi besar untuk menjadi salah satu sektor unggulan dalam industri pariwisata, memberikan manfaat ekonomi, sosial, dan lingkungan yang signifikan bagi negara.

## DAFTAR PUSTAKA

- Damayanti, et al. (2020). Strategi Capacity Building Pemerintah Desa dalam Pengembangan Potensi Kampoeng Ekowisata Berbasis Masyarakat Lokal (Studi di Kampoeng Ekowisata, Desa Bendosari, Kecamatan Pujon, Kabupaten Malang). *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, 2(3): 464-470.
- Ireine et al. (2017). Strategi Pengembangan Kawasan Agrowisata Rurukan. *Jurnal Agri-Sosio Ekonomi*, 13(2A): 21 – 34.

- Jafaruddin et al. (2020). Pengembangan Agrowisata Kopi Berbasis Masyarakat (CBT) di Kawasan Gunung Galunggung, Kabupaten Tasikmalaya. *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 6(2): 996 – 1005.
- Mentari et al. (2020). Potensi Ekowisata Berbasis Masyarakat Kampung Urug, Sukajaya, Bogor. *Media Konservasi*, 25 (1): 1- 9.
- Nasikhah, F.M. (2018). *Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Masyarakat Dalam Pengembangan Agrowisata (Studi Kasus: Agrowisata Petik Apel Kelompok Tani Makmur Abadi, Kecamatan Bumiaji, Kota Batu)*. Universitas Brawijaya.
- Nurani et al. (2020). Strategi Pengembangan Agrowisata Jollong di Kabupaten Pati. *Jurnal Pariwisata*, 7(2): 80-91.
- Pahleviannur et al. (2019). Strategi Perencanaan Pengembangan Pariwisata Untuk Mewujudkan Destinasi Tangguh Bencana Di Wilayah Kepesisiran Drini Gunungkidul. *JPIS*, 29(2): 116-126.
- Pambudi et al. (2018). Strategi Pengembangan Agrowisata Dalam Mendukung Pembangunan Pertanian - Studi Kasus Di Desa Wisata Kaligono (Dewi Kano) Kecamatan Kaligesing Kabupaten Puworejo. *Analisis Kebijakan Pertanian*, 16(2): 165-184.
- Parinsi, W.K & Dwi A.L.M. (2023). Strategi Pengelolaan Sumber Daya Manusia Untuk Meningkatkan Kinerja Perusahaan yang Berkelanjutan di Industri 4.0. *J-MAS*, 8(2): 1385-1393.
- Pratama, M.N. (2021). *Strategi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Dalam Pengembangan Wisata Telaga Sarangan Untuk Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan Di Kabupaten Magetan Provinsi Jawa Timur*. Institut Pemerintahan Dalam Negeri.
- Saputra et al. (2018). Pengembangan Agrowisata di Kecamatan Ledokombo, Kabupaten Jember. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 2(4): 325-331.
- Sudirjo et al. (2023). Analisis Dampak Strategi Pemasaran Digital dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan: Perspektif Industri E-commerce. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2): 7524-7532.
- Suwarsito, et al. (2022). Strategi Pengembangan Agrowisata Berbasis Masyarakat di Desa Sambirata, Kecamatan Cilongok, Kabupaten Banyumas. *Sainteks*, 19(2): 231-240.
- Swastika et al. (2017). Analisis pengembangan agrowisata untuk kesejahteraan masyarakat di Kecamatan Petang, Kabupaten Badung. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 6(12): 4103 – 4136.
- Utama, I. G. B. R. dan Junaedi, I. W. R. (2019). *Agrowisata sebagai Pariwisata Alternatif Indonesia: Solusi Masif Pengentasan Kemiskinan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Utami, N.L. (2017). *Strategi Pengembangan Daya Tarik Wisata Di Agrowisata Balai Benih Induk Lubuk Minturun Padang*. Universitas Negeri Padang